

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО  
«Сибирский федеральный университет»  
институт  
«Экономика и менеджмент»  
кафедра

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ Т. Б. Коняхина  
подпись инициалы, фамилия  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

38.03.02 Менеджмент  
код – наименование направления

Разработка бизнес-плана открытия магазина автозапчастей в пгт Курагино  
тема

Руководитель \_\_\_\_\_  
подпись, дата      должность, ученая степень

И. В. Капчегашева  
инициалы, фамилия

Выпускник \_\_\_\_\_  
подпись, дата

С. Н. Карасев  
инициалы, фамилия

Абакан 2018

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме Разработка  
бизнес-плана открытия магазина автозапчастей в пгт Курагино

Консультанты по  
разделам:

Теоретическая часть  
наименование раздела

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

\_\_\_\_\_  
инициалы, фамилия

Проектно-аналитическая часть  
наименование раздела

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

\_\_\_\_\_  
инициалы, фамилия

Нормоконтролер

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

Н. Л. Сигачева  
инициалы, фамилия

**РЕФЕРАТ**  
**ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ**  
**в форме бакалаврской работы**

Тема выпускной квалификационной работы Разработка бизнес-плана открытия магазина автозапчастей в пгт Курагино

ВКР выполнена на 74 страницах, с использованием 13 иллюстраций, 18 таблиц, 4 формул, 5 приложений, 35 использованных источников, 10 количество листов иллюстративного материала (слайдов).

Ключевые слова: Экономическая эффективность, рентабельность, инвестирование, анализ

Автор работы (74-3)

\_\_\_\_\_ С.Н. Карасев  
подпись      инициалы, фамилия

Руководитель работы

\_\_\_\_\_ И.В. Капчегашева  
подпись      инициалы, фамилия

Год защиты квалификационной работы – 2018 г.

Цель: Создание и продвижение современного магазина по розничной продаже автозапчастей в пгт Курагино

Задачи: экономически обосновать целесообразность реализации бизнес-плана; разработать бизнес-план по открытию магазина автозапчастей в пгт Курагино; спрогнозировать показатели эффективности бизнес-плана

Актуальность темы: в современных условиях развития экономики бизнес-план необходим, поскольку является одним из самых важных составляющих планирования, так определяются цели и стратегии их достижения, формируются финансовые потоки, оцениваются риски и эффективности проекта

Научная и практическая новизна, эффективность: бизнес-план составляется в целях эффективного управления и планирования бизнеса и является одним из основных инструментов управления предприятием, определяющих эффективность его деятельности

Выводы, рекомендации: открытие магазина автозапчастей является мало затратным бизнесом, на него оказывают влияние рыночные, конкурентные, ценовые и другие факторы, но поскольку все показатели рентабельности достаточно высоки, то это свидетельствует о результативной деятельности и характеризует эффективность вложений связанных с реализацией данного бизнес-плана

## SUMMARY

The theme of the paper is «Development of the business plan for the auto parts store in Kuragino».

The paper has 74 pages, 13 illustrations, 18 tables, 4 formulas, 5 applications, 35 references, 10 sheets of illustrative material (slides).

Keywords: Economic efficiency, profitability, investment, analysis

Author (gr. 74-3)

\_\_\_\_\_

signature

S.N. Karasev

initials, surname

Supervisor

\_\_\_\_\_

signature

I.V. Kapchegasheva

initials, surname

Supervisor in English

\_\_\_\_\_

signature

E.A. Nikitina

initials, surname

Year - 2018.

Purpose: Creation and promotion of a modern retail store for auto parts in Kuragino

Objectives: economically justify the feasibility of implementing a business plan; to develop a business plan for the opening of a car parts store in Kuragino; forecast business plan performance indicators

Actuality of the topic: in the modern conditions of economic development, a business plan is necessary, since it is one of the most important components of planning, so the goals and strategies for achieving them are defined, financial flows are formed, risks and project performance are assessed

Scientific and practical novelty, efficiency: the business plan is made for the purpose of effective business management and planning and is one of the main tools of enterprise management that determine the effectiveness of its activities

Conclusions, recommendations: the opening of an auto parts store is a low-cost business, it is influenced by market, competitive, price and other factors, but since all the indicators of profitability are high enough, this indicates an efficient activity and characterizes the effectiveness of investments associated with the implementation of this business plan.

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО  
«Сибирский федеральный университет»  
институт  
«Экономика и менеджмент»  
кафедра

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
Т. Б. Коняхина  
подпись    инициалы, фамилия  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.

**ЗАДАНИЕ**  
**НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ**  
**в форме бакалаврской работы**

Студенту Карасеву Сергею Николаевичу

фамилия, имя, отчество

Группа 74-3 Направление 38.03.02 Менеджмент

номер

код

наименование

Тема выпускной квалификационной работы Разработка бизнес-плана открытия магазина автозапчастей в пгт Курагино

Утверждена приказом по институту № 363 от 23. 04. 2018

Руководитель ВКР \_\_\_\_\_

инициалы, фамилия, должность, ученое звание и место работы

Исходные данные для ВКР \_\_\_\_\_

Перечень разделов ВКР 1 Теоретическая часть. Теоретические и нормативные аспекты построения и создания малого бизнеса 1.1 Развитие малого и среднего предпринимательства в России 1.2 Значение, сущность и структура бизнес-плана 1.3 Анализ нормативной базы по созданию коммерческого малого бизнеса 2 Проектно-аналитическая часть. Разработка бизнес-плана по открытию магазина автозапчастей 2.1 Анализ рынка японских автозапчастей в ПГТ Курагино 2.2 Анализ конкурентов в ПГТ Курагино 2.3 Бизнес-план открытия магазина «Ермак»

Перечень иллюстративного материала (слайдов) \_\_\_\_\_

Руководитель ВКР \_\_\_\_\_

подпись

И. В. Капчегашева

инициалы и фамилия

Задание принял к исполнению \_\_\_\_\_

С. Н. Карасев

подпись, инициалы и фамилия студента

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	6
1 Теоретическая часть. Теоретические и нормативные аспекты построения и создания малого бизнеса.....	9
1.1 Развитие малого и среднего предпринимательства в России.....	9
1.2 Значение, сущность и структура бизнес-плана.....	15
1.3 Анализ нормативной базы по созданию коммерческого малого бизнеса.....	21
2 Проектно-аналитическая часть. Разработка бизнес-плана по открытию магазина автозапчастей.....	31
2.1 Анализ рынка японских автозапчастей в пгт Курагино.....	31
2.2 Анализ конкурентов в пгт Курагино.....	38
2.3 Бизнес-план открытия магазина «Ермак».....	45
Заключение.....	68
Список использованных источников.....	70
Приложения А-Д.....	74

## **ВВЕДЕНИЕ**

Как бы долго не длился экономический кризис в нашей стране, и что бы не говорили финансовые эксперты о «не самых лучших временах» для начала собственного бизнеса, всегда найдутся товары и услуги, спрос на которые останется неизменным. Кроме того, самое распространенное мнение среди экспертов о причинах кризиса устойчивости направления продажи автомобильных запчастей состоит в том, что на автомобиле экономить не принято. То есть многие автовладельцы скорее откажут себе в покупке каких то личных вещей, чем сэкономят на запчастях для своего автомобиля.

Автомобильные запчасти – это всегда актуальная и популярная затратная часть большего количества потребителей. Практически каждый автовладелец готов покупать все необходимые запчасти для своего автомобиля по мере их износа или поломки. Поэтому на продаже данной товарной группы можно хорошо заработать, если профессионально организовать и рассчитать все бизнес-процессы.

Актуальность темы выпускной квалификационной работы заключается в том, что в современных условиях развития экономики бизнес-план является одной из самых важных составляющих планирования, так как при составлении бизнес-плана фирмы дается характеристика процесса, определяются цели и стратегии их достижения, формируются финансовые потоки, оцениваются риски и эффективности проекта.

Бизнес-план составляется в целях эффективного управления и планирования бизнеса и является одним из основных инструментов управления предприятием, определяющих эффективность его деятельности. Создание новых проектов предполагает предварительное экономическое обоснование их целесообразности, последующее планирование необходимых затрат на их осуществление и ожидаемых конечных результатов.



Для написания данной выпускной квалификационной работы будет проанализирован рынок в сегменте розничных продаж автомобильных запчастей поселка городского типа Курагино, Красноярского края.

Несмотря на насыщенность рынка магазинов автозапчастей, идея открытия магазина по реализации автозапчастей до сих пор является актуальной, поскольку данный продукт на территории поселка городского типа Курагино освоен не в полном объеме. Многие из существующих магазинов автозапчастей занимают площади в престижных районах поселка, а товаром заполнены менее половины торговых залов. Этот фактор отражается на цене товара, особенно если торговая площадь арендуется, и существенно влияет на посещаемость и заинтересованность потенциальных покупателей.

На текущий момент необходимо пополнить рынок в сегменте автозапчастей товарами японского производителя, так как данная группа товаров в наименьшей степени присутствует на рынке поселка городского типа Курагино.

Объектом исследования выпускной квалификационной работы является магазин «Ермак».

Предметом исследования – бизнес-планирование по созданию магазина японских автозапчастей.

Цель исследования – создание и продвижение современного магазина по розничной продаже японских автозапчастей в поселке городского типа Курагино.

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

- 1) Изучить развитие малого и среднего предпринимательства в России.
- 2) Понять значение, сущность и структуру бизнес-плана.
- 3) Проанализировать нормативные базы по созданию коммерческого малого бизнеса.
- 4) Проанализировать рынок автозапчастей в пгт Курагино.
- 5) Составить бизнес-план по открытию магазина автозапчастей.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

В теоретической части будет изложено развитие предпринимательства в России, значение и сущность бизнес-плана, структура бизнес-плана, анализ нормативной базы по созданию коммерческого малого предприятия, с учетом действующего законодательства Российской Федерации.

В проектно-аналитической части будут решены задачи организации и ведения бизнеса «с нуля», представлен анализ конкурентов, изложена поэтапная структура построения бизнеса, произведен практический расчет экономической обоснованности и рентабельности предложенного инвестиционного проекта.

Теоретической базой исследования послужили: действующие законодательные и нормативные документы Российской Федерации, учебная литература, результаты практических исследований отечественных и зарубежных авторов, статьи и обзоры в специализированных и периодических изданиях, посвященных данной тематике, справочная литература, прочие актуальные источники информации.

В данной выпускной квалификационной работе наглядно представлено, как имея небольшой капитал можно создать и продвинуть бизнес в поселке городского типа Курагино с населением 13 тыс. человек, а если брать в расчет близ лежащие деревни, то на Курагинский район приходится 45 тыс. человек.

Реализуя идею создания данного бизнеса, будет сделан практический расчет его эффективности и окупаемости, на основании которого можно будет сделать предположение о том, что является ли это решение выгодным и экономически обоснованным.

Данная работа имеет реальное практическое значение для начинающего бизнесмена.

# **ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И НОРМАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ ПОСТРОЕНИЯ И СОЗДАНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА**

## **1.1 Развитие малого и среднего предпринимательства в России**

В современных условиях перехода страны к инновационной экономике на малый и средний бизнес возложен целый ряд существенных функций, которые не выполняются или в недостаточной степени выполняются крупными хозяйствующими субъектами. Таким образом, малые и средние предприятия обеспечивают мобильность, а также глубокую специализацию и разветвлённую кооперацию производства [7]. Малые и средние предприятия поддерживают и обеспечивают рыночную конкурентную атмосферу, создают многообразие участников рынка. Занимаются формированием дополнительного спроса на потребительские товары, работы и услуги, а также образуют дополнительные доходы у населения. Субъекты малого и среднего предпринимательства гораздо легче адаптируются к малейшим конъюнктурным изменениям и сравнительно оперативно производят процесс разработки и реализации инновационных, высокотехнологичных проектов. Наиболее склонны к инновационной деятельности, что, несомненно, влечет за собой рост конкурентоспособности национальной экономики в глобальном масштабе. Малое предпринимательство способствует созданию среднего класса в обществе, тем самым оказывая положительное влияние на социальную, политическую и экономическую ситуацию в стране.

С точки зрения научно-практического подхода понятия «бизнес» и «предпринимательство» идентичны. Так, С. И. Ожегов и Н. Ю. Шведова трактуют бизнес - как «предпринимательскую экономическую деятельность, приносящую доход, прибыль». Отличие между этими терминами состоит лишь в том, что термин «малое предпринимательство» – это юридический термин и употребляется в основном в нормативных актах, а «малый бизнес» – это

экономический термин и используется в основном в увязке с экономическим развитием региона или государства. Но не все разделяют мнение автора о том, что понятия «бизнес» и «предпринимательство» - это тождественные понятия. Так экономист Т. Н. Кошелева полагает, что «основное их отличие заключается, в том, что само понятие «бизнес» подразумевает, в первую очередь, доходность конкретного вида деятельности с точки зрения его владельца, не учитывая социальной, экологической составляющей хозяйственной деятельности, присущих как раз понятию «предпринимательство». А что касается «малого бизнеса», то здесь проявляется еще и отсутствие стремления «малого бизнеса», в отличие от «малого предпринимательства» как экономической необходимости, стать связующим звеном между крупным и средним предпринимательством и обществом в лице потребителя».

Классификация субъектов малого и среднего предпринимательства, особенности его создания и ведения деятельности в Российской Федерации регламентируются Федеральным законом от 24 июля 2007 года. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».

В соответствии со ст. 4 данного закона субъектами малого и среднего предпринимательства являются: «внесённые в единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, внесённые в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, крестьянские (фермерские) хозяйства».

В России в настоящее время существуют два критерия отнесения к малому и среднему бизнесу [23]. Во-первых, средняя численность работников за предшествующий календарный год по различным группам предприятий: первая группа – микропредприятия (численность от 1 до 15 человек); вторая

группа – малые предприятия с численностью персонала от 16 до 100 человек; третья группа – средние предприятия с численностью персонала от 101 до 250 человек. Вторым критерием является размер выручки от реализации товаров (работ, услуг) или балансовой стоимости активов, которые определяются Правительством РФ один раз в пять лет с учетом данных статистических наблюдений. В настоящее время данный критерий за предшествующий год без учета НДС для микропредприятий установлен в размере 120 млн рублей, для малых предприятий – 800 млн рублей, а для средних – 2 млрд рублей.

В соответствии с Федеральным законом РФ № 209-ФЗ от 24 июля 2007 критерии отнесения предприятий к малым должны пересматриваться каждые 5 лет.

Эффективное функционирование экономической системы в стране зависит от оптимального сочетания в ней крупного, среднего и малого предпринимательства [10]. Экономическую и техническую мощь страны определяют крупные предприятия, которые способствуют стабилизации народного хозяйства и развивают капиталоемкие проекты. Средние предприятия, по большому счету, находятся под влиянием конъюнктуры внутреннего рынка, они, как правило, находятся в тесной взаимосвязи с национальными интересами и функционируют на местных рынках. Малые предприятия, в свою очередь, придают экономике страны мобильность и гибкость, они обладают способностью к быстрым структурным и технологическим сдвигам, т.к. не связаны с обширной производственной программой, не обременены многочисленным персоналом и не имеют финансовых обязательств перед акционерами, ожидающими дивиденды. Малым предприятиям легче перестроить свою рыночную стратегию, когда находится новая, выгодная, «ниша» и манипулировать ценами на свою производимую продукцию. Стоит отметить, что синергетические механизмы малого и среднего предпринимательства могут возникать практически во всех отраслях, за исключением имеющих высокую рискованность хозяйствования.

Главными преимуществами малых и средних предприятий в сравнении крупными бизнес-структурами являются:

1) Более низкий объем первоначальных инвестиционных вложений, что способствует существенному сокращению сроков строительства, перевооружения производства и внедрения новых технологий и механизмов автоматизации. Нулевой капиталоемкостью, как правило, отличается большинство предприятий сферы услуг.

2) Возможность принятия более гибких и оперативных решений, что способствует быстрой и адекватной реакции на быстро меняющуюся конъюнктуру рынка и переходу от одного вида деятельности к другому.

3) Ориентация на специфику региональных рынков, которая обеспечивается более высокой приспособленностью малого и среднего бизнеса к исследованию пожеланий и предпочтений среди потенциальных потребителей и клиентов, а также помимо этого традиций, привычек, обычаев и прочих особенностей.

4) Оптимизация воспроизводственной системы за счёт реализации функций вспомогательного характера по отношению к крупным производителям, т.е. выполнение малыми предприятиями некоторых задач крупного предприятия, которые отличаются от их основного вида деятельности. Данная особенность приобретает все более широкие масштабы разноплановые формы: субподряд в промышленности, франчайзинг в торговле и услугах, отдельные виды обслуживания в автосервисе и предприятиях быстрого питания и др.

В малом и среднем предпринимательстве наиболее эффективной является частная форма собственности.

Можно выделить единоличные компании, партнерства и корпорации.

Фирма, находящаяся в единоличном владении, представляется наиболее простой формой для малого бизнеса, поскольку создает благоприятную среду для реализации собственных интересов, дает право на собственное использование результатов своей работы и организацию деятельности [33]. Для

открытия и запуска такого рода предприятия зачастую достаточно лишь получения лицензии от местных властей и регистрации торгового имени. Партнерства представляют собой организацию двух и более лиц на основании контракта об общем владении фирмой. Партнерства могут быть полными или ограниченными. Корпорация – организационная форма, наиболее характерная для большого и среднего бизнеса. Формально управление корпорацией должно быть отделено от владения ею, но существуют случаи, когда данные функции выполняет один владелец при помощи «подставных» лиц, не вкладывающих в нее средства и не принимающих участие в управлении ею.

Малое и среднее предпринимательство представлено во всех возможных отраслях производства, обслуживания и экономики:

- 1) Сельское хозяйство.
- 2) Охота и лесное хозяйство.
- 3) Добыча полезных ископаемых.
- 4) Обработывающие производства (производство пищевых продуктов, текстильное и швейное производство, производство кожи, обработка древесины, целлюлозно-бумажное производство, производство электрооборудования и т. д.).
- 5) Производство и распределение электроэнергии, газа и воды.
- 6) Строительство.
- 7) Оптовая и розничная торговля.
- 8) Ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования.
- 9) Транспорт и связь.
- 10) Операции с недвижимым имуществом, аренда и продажа.
- 11) Здравоохранение и предоставление социальных услуг.
- 12) Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг.

Малые предприятия как возникают, так и распадаются по многим причинам. Банкротов среди малых и средних предприятий всегда больше, что

связано, прежде всего, со спецификой рисков в данном виде предпринимательской деятельности [28]. Начинающее предприятие имеет более высокие издержки, чем фирма, уже давно осуществляющая деятельность. Поэтому «молодое» предприятие всегда имеет более высокую себестоимость продукции. Первоначальная причина банкротства малых и средних предприятий заключается в отсутствии опыта. Однако количество вновь создаваемых фирм постоянно растет.

Из вышесказанного следует однозначный вывод о том, что малое и среднее предпринимательство – это экономическая деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от производства и (или) продажи товаров, оказания услуг. Малое и среднее предпринимательство берет на себя функции по обеспечению мобильности, а также глубокой специализации производства. Развитие малого и среднего предпринимательства описано в таблице 1.1, во многом оно определяет темпы экономического роста страны, состояние занятости ее населения, качество и структуру валового национального продукта, что обуславливает важность этого сектора предпринимательства для национальной экономики в условиях ее инновационного развития на современном этапе.

Таблица 1.1 - Этапы развития предпринимательской деятельности в России

Этап предпринимательства	Года	Вид предпринимательства	События
1	2	3	4
Первый этап	С 9-го по 17-е века	Торговые формы и промыслы	Появление мелких торговцев и купцов
	1689 – 1725 года	Индустриальное	Строительство железных дорог, реорганизация тяжелой промышленности, оживление акционерной деятельности



### Окончание таблицы 1.1

1	2	3	4
	90-е года 19 века	Индустриальное	Предприниматели формируются как собственники, открытие частных акционерных банков
Второй этап	С 1921 года	Производственное	Смена политики «Военного коммунизма» на «Новую экономическую политику»
	Конец 20-х годов 20 века	Производственное	Полный отказ от рыночных отношений и переход к тотальным командно-административным методам воздействия на экономику
Третий этап	1986 – 1989 года	Индивидуальное	Становление современного российского предпринимательства
	1990 – 1992 года	Индивидуальное	Стремительный рост торгового и финансового предпринимательства
	С 1992 года и по настоящее время	Индивидуальное	Массовая приватизация государственных предприятий

Сегодня Россия переживает сложный период формирования и становления социально-экономических и организационно-правовых основ нового общества и независимого государства [19].

### 1.2 Значение, сущность и структура бизнес-плана

Наиболее важным этапом реализации инвестиционного проекта является составление бизнес-плана, который в мировой практике представляет собой основу для оценки перспективности вновь создаваемых коммерческих предприятий или намеченных ими для реализации проектов выпуска новой

продукции. Бизнес-план является необходимым инструментом проектно-инвестиционных решений в соответствии с потребностями рынка со сложившейся на сегодняшний день экономической ситуацией [9].

Бизнес-план – это документ, в котором формируются цели бизнеса, а также дается их обоснование, определяются пути их достижения и конечные финансовые показатели. Дает возможность оценить эффективность принятых решений, планируемых мероприятий, ответить на вопрос: «стоит ли вкладывать денежные средства в данный проект?».

Особенности, которые необходимо учитывать при составлении бизнес-планов:

1) При планировании должны учитываться такие факторы, как меняющиеся правила хозяйствования, нестабильность экономического развития.

2) Незащищенность индивидуальных предпринимателей от внешней среды требует учета неопределенности исхода предпринимательской деятельности.

3) Индивидуальные предприниматели должны уметь самостоятельно рассчитывать количественные параметры всех разделов бизнес-плана, учитывать возможности конкурентов.

4) Индивидуальным предпринимателям следует учитывать определенную непредсказуемость принятия решений органов государственной власти.

Цель разработки бизнес-плана – спланировать хозяйственную деятельность малого бизнеса на ближайшие и отдаленные периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов [8].

Задачами бизнес-плана являются:

1) Сформулировать долговременные и краткосрочные цели малого бизнеса, тактику и стратегию их достижения.

2) Оценить производственные и непроизводственные издержки.

3) Выбрать ассортимент и определить показатели товаров и услуг, которые будут предложены потребителям малым бизнесом.

4) Определить конкретные направления деятельности малого бизнеса, целевые рынки и место малого бизнеса на этих рынках, составить план конкурентной борьбы.

5) Определить состав маркетинговых мероприятий по изучению рынка, стимулированию продаж, ценообразованию, определить сильных и слабых конкурентов и т.д.

Функции бизнес-плана:

1) Дает оценку перспективы развития малого бизнеса, которая позволяет быть готовым к изменениям рыночной и экономической ситуации.

2) Разрабатывает методику повышения квалификации аппарата управления.

3) Снижает вероятности банкротства в связи с обнаружением возможных коммерческих ошибок.

4) Разрабатывает концепции ведения бизнеса в перспективе.

5) Является инструментом добывания финансовых ресурсов.

6) Представляет собой инструмент реализации стратегии малого бизнеса.

В зависимости от рыночной ситуации и цели бизнес планы могут быть различного содержания и структуры.

Следовательно, бизнес-план — это экономически обоснованный аналитический документ, показывающий возможные результаты планируемого инвестиционного проекта. Вместе с тем, бизнес-план выступает в качестве рекламы для будущих инвесторов и партнеров малого бизнеса. Разделы бизнес-плана, должны быть четкими, емкими, но главное — конкретизировать направление деятельности, в результате реализации которой будет обеспечено достижение планируемых задач. Как правило, бизнес-план разрабатывается на три – пять лет.

Бизнес-планы разрабатываются в различных модификациях в зависимости от назначения: по бизнес-линиям (продукция, работы, услуги, технические решения); по предприятию в целом (новому или уже действующему). Бизнес-план может быть нацелен как на развитие предприятия, так и на его финансовое оздоровление [16]. Также может планироваться деятельность всего предприятия или его отдельного подразделения.

В бизнес-плане отражаются все стороны производственной и коммерческой деятельности предприятия, его финансовые результаты.

Поскольку бизнес-план является инструментом реализации стратегии предприятия, то структура документа должна быть унифицирована.

Структура бизнес-плана не канонизирована, тем не менее, должен присутствовать определенный набор разделов и показателей. Чаще стандартный бизнес-план включает в себя следующие основные разделы.

Резюме проекта. Резюме – один из самых важных разделов бизнес-плана, так как в нем кратко отражена суть инвестиционного проекта. Это та часть, которую потенциальный инвестор прочтет в первую очередь. По содержанию этой части инвестор часто судит о том, стоит ли ему читать план до конца, и есть ли перспективы окупаемости инвестиций.

Резюме обязано содержать:

- 1) Цель проекта.
- 2) Предельно краткое описание малого предприятия.
- 3) Краткое изложение наиболее привлекательных моментов с акцентом на положительные аспекты предлагаемой бизнес-идеи.
- 4) Объем и условия привлекаемых инвестиций или кредитных ресурсов.
- 5) Основные финансовые показатели, характеризующие прогнозируемую эффективность проекта.
- 6) Планируемый срок и порядок возврата инвестиций.

Общее описание предприятия-инициатора проекта, необходимо отразить:

- 1) Основные виды деятельности и характер предприятия.

- 2) Стадия развития данного бизнеса.
- 3) Цели предприятия и его организационно-правовую форму.
- 4) Перспективные и нынешние географические рамки деятельности предприятий.
- 5) Показатели конкурентоспособности товаров и предприятий по конкретным рынкам и периодам.
- 6) Что и как предприятие намерено предлагать своим клиентам.
- 7) Отличия данного предприятия от других компаний.

Описание продукции или услуг. В этом разделе дается подробное описание будущего продукта, товара или услуги, которые предприятие хочет предложить потребителям:

- 1) Физическое описание продукции или услуг.
- 2) Описание возможностей их использования.
- 3) Привлекательные стороны предлагаемой продукции или услуг, их уникальность.

План маркетинга. Раздел посвященный маркетингу призван разъяснить, как предполагаемый бизнес намеревается воздействовать на рынок, чтобы обеспечить сбыт товара. Особое внимание следует уделить конкурентоспособности предприятия.

Маркетинговая стратегия включает в себя следующие аспекты [20]:

- 1) Технологию и результаты сегментации рынка.
- 2) Стратегию ценообразования, прогнозы цен на товары предприятия.
- 3) Стратегию охвата рынка.
- 4) Стратегию разработки новых товаров.
- 5) Выбор методов и способов распространения товаров.
- 6) Стратегию стимулирования сбыта продукции.
- 7) Выбор стратегии рекламы товара.
- 8) Выбор стратегии развития предприятия на перспективу.

Производственный план. В нем описывается, каким образом планируется производство продукции и оказание услуг. Производственный план должен содержать:

- 1) Общий подход к организации производства.
- 2) Источники необходимого сырья и материалов, и условия их поставки.
- 3) Технологические процессы на производстве.
- 4) Количество необходимого оборудования и его мощность.

Управление и организация. Описание предприятия и перспектив будущего развития. Организационная структура предприятия. Какие именно специалисты необходимы для успешного ведения дел.

Управление предприятием включает:

- 1) Описание основных участников предприятия.
- 2) Организационную структуру предприятия, показывающую внутренние связи.
- 3) Порядок подбора, подготовки и учет заработной платы трудовых ресурсов.
- 4) Описание должностных обязанностей работников.

Финансовый план. Он должен содержать график выполнения работ. Этот раздел считается ключевым с точки зрения финансовой эффективности предприятия, и позволяет определить срок окупаемости проекта и скоростью возврата инвестиционных вложений.

Финансовый план должен содержать:

- 1) Прогноз объемов реализации.
- 2) Баланс денежных поступлений затрат.
- 3) Финансовый бюджет предприятия.
- 4) Прогнозный баланс.
- 5) Основные показатели эффективности проекта (срок окупаемости, рентабельность, чистый приведенный доход, индекс доходности инвестиций).

Оценка рисков. Под проектным риском понимается ухудшение итоговых показателей эффективности проекта, возникающие под влиянием неопределенности. Данный раздел является трудно анализируемым и наименее точным. Требуется определить все возможные нежелательные обстоятельства, которые могут возникнуть в будущем.

Необходимо описать, как минимизировать риски и возможные потери от них. Описание организационные меры профилактики рисков и предложить программы самострахования или внешнего страхования.

На данный момент единой классификации рисков не существует. Выделяют следующие основные риски:

- 1) Экономические риски (кризисы, падения курсов валют, инфляция).
- 2) Непредвиденные риски (стихийные бедствия, пожары).
- 3) Криминальные риски (кражи).
- 4) Политические риски (военные действия, кризис правительственной власти).
- 5) Коммерческие риски (низкий объем реализации товаров).

В конечном счете, бизнес-план должен дать правильный ответ на такие важные вопросы рыночных отношений, как возможная стоимость проекта и планируемые доходы.

### **1.3 Анализ нормативной базы по созданию коммерческого малого бизнеса**

Малый и средний бизнес в последние годы становится все более важным элементом в экономике, обеспечивающим активный рост объемов производства, занятости и доходов населения. Поэтому создание правовых, экономических и организационных условий для развития бизнеса является на сегодняшний день одной из важнейших задач всех уровней власти.

В Российской Федерации приняты и действуют ряд законодательных и нормативных актов, регулирующих повышение роли малого и среднего предпринимательства в социально-экономическом развитии общества.

Статьей 34 Конституции РФ гарантировано каждому гражданину право на занятие предпринимательской деятельностью. Оно позволяет использовать свои способности и имеющееся у него имущество для занятия предпринимательской деятельностью.

Расшифровка понятия предпринимательской деятельности содержится в Гражданском Кодексе РФ. Данный нормативный акт, по мнению многих экспертов правоведов, является вторым по значимости законом в нашей стране. Согласно статьи 2 ГК РФ, предпринимательская деятельность, характеризуется следующими признаками:

- 1) Деятельность осуществляется самостоятельно, на основе автономной воли субъекта.
- 2) Ведется на свой риск, и вся ответственность за результаты деятельности лежит на лице её осуществляющем.
- 3) Деятельность направлена на получение систематической прибыли.
- 4) Источниками прибыли являются использование имущества, продажа производимых или перепродаваемых товаров, оказание услуг.
- 5) Необходимость обязательной регистрации субъектов предпринимательской деятельности.

На предпринимательскую деятельность физических лиц распространяются те же нормы Гражданского Кодекса РФ, что и на деятельность коммерческих организаций – юридических лиц.

В соответствии со статьей 492 ГК РФ под розничной торговлей понимается предпринимательская деятельность по продаже товаров в розницу, в ходе которой продавец передает покупателю товар для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.



Одновременно Гражданским Кодексом РФ, установлено прямое условие, выполнение которого необходимо для возможности занятия гражданином предпринимательской деятельностью. Статьей 23 ГК РФ урегулировано, что физическое лицо вправе заниматься предпринимательством только с момента его государственной регистрации. При этом если гражданин не осуществил предписываемой законом регистрации, но, тем не менее, такой деятельностью занимается, то к нему также будут применяться эти нормы.

Для приобретения статуса индивидуального предпринимателя гражданин должен обладать следующими признаками субъекта гражданского права [2]:

- 1) Правоспособностью (способностью иметь гражданские права и нести обязанности).
- 2) Дееспособностью (способностью своими действиями приобретать и осуществлять гражданские права).
- 3) Иметь место жительства (место, где гражданин проживает постоянно или фактически).

Осуществлять предпринимательскую деятельность могут только дееспособные граждане, то есть те, которые в состоянии самостоятельно совершать юридические действия, заключать сделки и исполнять их, а также приобретать имущество, владеть, пользоваться и распоряжаться им. По общему правилу гражданская дееспособность возникает в полном объеме с наступления совершеннолетия.

Регистрация граждан в качестве ИП осуществляется в соответствии с ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» от 08.08.2001 N 129-ФЗ.

Настоящий Федеральный закон регулирует отношения, возникающие в связи с государственной регистрацией юридических лиц при их создании, реорганизации и ликвидации, при внесении изменений в их учредительные документы, государственной регистрацией физических лиц в качестве индивидуальных предпринимателей и государственной регистрацией при прекращении физическими лицами деятельности в качестве индивидуальных

предпринимателей, а также в связи с ведением государственных реестров - единого государственного реестра юридических лиц и единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей.

Закон устанавливает, что для сбора информации обо всех гражданах ведущих предпринимательскую деятельность ведется Единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей.

Федеральный закон № 209-ФЗ «О развитии малого предпринимательства в Российской Федерации», принятый 24 июля 2007 г., регулирует порядок осуществления деятельности малых предприятий, развития малого и среднего предпринимательства.

Федеральный закон определяет основные понятия, используемые в сфере регулирования отношений по развитию малого и среднего предпринимательства, понятие субъектов, инфраструктуры поддержки субъектов, виды и формы такой поддержки.

ФЗ регулирует сферу общественных отношений. Во-первых, как уже отмечалось, его действие распространяется на субъекты не только малого, но и среднего предпринимательства. Во-вторых, закон регулирует основы взаимодействия субъектов малого и среднего предпринимательства не только с органами государственной власти (федеральными и региональными), но и с органами местного самоуправления, а также с коммерческими и некоммерческими организациями, составляющими инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

В ФЗ № 209-ФЗ определена цель по формированию нормативных правовых механизмов и институтов, обеспечивающих создание благоприятных условий для осуществления предпринимательской деятельности, обеспечению конкурентоспособности, развитию субъектов среднего предпринимательства как основы конкурентной среды, увеличению общего числа действующих субъектов малого предпринимательства, доли производимых малыми и средними предприятиями товаров, работ и услуг в валовом внутреннем

продукте, налоговых доходов федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов.

Предпринимательская деятельность в РФ также регламентирована НК РФ.

Согласно ч. 1 ст. 2 НК РФ законодательство о налогах и сборах регулирует властные отношения по установлению, введению и взиманию налогов, сборов, страховых взносов в Российской Федерации, а также отношения, возникающие в процессе осуществления налогового контроля, обжалования актов налоговых органов, действий (бездействия) их должностных лиц и привлечения к ответственности за совершение налогового правонарушения.

Для выбора системы налогообложения, наиболее приемлемой для ведения предпринимательской деятельности, гражданину необходимо обратиться ко второй части Налогового Кодекса РФ [5]. Именно здесь, зная, чем будущий предприниматель будет заниматься, можно определиться с налоговым режимом. Общий режим налогообложения, упрощенная система и основные параметры ЕНВД прописаны именно во второй главе налогового кодекса. За информацией о региональных и местных сборах следует обращаться к законам субъектов РФ и постановлениям органов местного самоуправления.

Физическое лицо решившее заняться коммерческой деятельностью должно выбрать из «ОК 029-2014 (КДЕС ред. 2). Общероссийский классификатор видов экономической деятельности» (утв. Приказом Росстандарта от 31.01.2014 N 14-ст) (ред. от 07.10.2016) соответствующий вид экономической деятельности.

Для индивидуального предпринимателя, который выбрал вид экономической деятельности ОКВЭД: 45.32.1: «Торговля розничная автомобильными деталями, узлами и принадлежностями в специализированных магазинах» подходят льготные специальные режимы налогообложения, такие как упрощенная система налогообложения, единый налог на вмененный доход и общая система налогообложения.

Далее приведен сравнительный анализ налогов: упрощенная система налогообложения, единый налог на вмененный доход и общая система налогообложения, которые можно использовать для вида экономической деятельности – розничная торговля.

Упрощенной системой налогообложения предусмотрено следующее.

ИП освобождены от уплаты НДФЛ. НДФЛ платится только с доходов, которые не были деятельностью ИП. Налоговой базой является доход, уменьшенный на профессиональные, стандартные, социальные и имущественные налоговые вычеты по форме налоговой декларации 3-НДФЛ.

НДС можно выставить партнерам добровольно. Оформление документов с НДС также как при ОСНО. НДС в доходы при УСН не включается (пп.2.2 п.1 ст.346.16 НК РФ). ИП на УСН освобождены от уплаты НДС. НДС обязательно платят только: при ввозе товаров на территорию РФ (ст. 151 НК РФ).

ИП освобождены от обязанности по уплате налога на имущество физических лиц, используемого для предпринимательской деятельности. Это те ИП, у которых есть административно-деловые, торговые центры и помещения в них, помещения, для размещения офисов, объектов торговли, общественного питания и бытового обслуживания. Оценка этих объектов должна быть произведена региональными властями по кадастровой стоимости.

При УСН предусмотрено обязательное ведение книги учета доходов-расходов.

Уплачивается налог УСН один раз в год. Имея работников, УСН можно уменьшить на сумму фиксированного взноса, страховых взносов в ПФР, ФОМС, ФСС на работников и сумму больничных пособий, не более чем на 50% (п.3.1.ст.346.21 НК РФ). На УСН при системе «доходы минус расходы», ИП уменьшать налог не могут, могут учесть страховые платежи в расходы. ИП не работодатели, могут уменьшить налог УСН (доходы) на всю сумму страховых взносов, уплачиваемых за ИП (п.3.1.ст.346.21 НК РФ).

Системой единого налога на вмененный доход предусмотрено следующее.

ИП освобождены от уплаты НДФЛ. НДФЛ платится только с доходов, которые не были деятельностью ИП. Налоговой базой является доход, уменьшенный на профессиональные, стандартные, социальные и имущественные налоговые вычеты по форме налоговой декларации 3-НДФЛ.

ИП освобождены от уплаты НДС. НДС платят только: при ввозе товаров на территорию РФ (ст. 151 НК РФ). НДС можно выставять партнерам добровольно. Оформление документов с НДС также как при ОСНО.

ИП освобождены от обязанности по уплате налога на имущество физических лиц, используемого для предпринимательской деятельности. Это те ИП, у которых есть административно-деловые, торговые центры и помещения в них, помещения, для размещения офисов, объектов торговли, общественного питания и бытового обслуживания. Оценка этих объектов должна быть произведена региональными властями по кадастровой стоимости.

Уплачивать налог ЕНВД необходимо ежеквартально. Имея работников, ИП имеет право уменьшить ЕНВД на сумму фиксированного взноса, страховых взносов в ПФР, ФОМС, ФСС на работников и сумму больничных пособий, не более чем на 50 % (п.2ст.346.32 НК РФ). Платежи за работников в фонды должны быть уплачиваться в тот же налоговый период, перед сдачей налоговой декларации. ИП не работодатели могут уменьшать ЕНВД на всю сумму страховых взносов (на 100 %), уплачиваемых за себя (п.2.1 ст.346.32 НК РФ).

Общей системой налогообложения предусмотрено следующее.

ИП сдает отчет по форме 3-НДФЛ. Авансовые платежи рассчитываются МИ ФНС по форме 4-НДФЛ. Уплачивается налог с доходов от деятельности ИП и с доходов, из которых не был удержан НДФЛ. Налоговой базой является доход, уменьшенный на профессиональные, стандартные, социальные и имущественные налоговые вычеты

Отчет по НДС сдается и уплачивается ежеквартально. Механизм расчета НДС у ИП такой же, как и у организаций.

Если оборот за три месяца (без учета НДС, и без учета доходов с нулевой ставкой НДС) был менее 2 млн. руб. можно не исчислять НДС, но ИП обязан об этом уведомить МИ ФНС (ст.145 НК РФ).

ИП оплачивает налог на имущество физических лиц, авансовые платежи по налогу на имущество. При этом, нулевую декларацию по налогу на имущество сдавать не нужно.

Имея работников, ИП может рассчитать уплату суммы страховых взносов с прибыли, а не с общих доходов.

Совмещать УСН и ОСНО нельзя. Можно выбрать или УСН или ОСНО. А вот ЕНВД можно применять вместе с УСН и ОСНО.

Согласно действующему законодательству индивидуальный предприниматель вправе выбрать любой из указанных налоговых режимов.

Физическое лицо, решившее заняться индивидуальным предпринимательством, должно учитывать, что при неправильном ведении деятельности оно попадает под налоговую, гражданскую, административную и уголовную ответственность.

Физические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без регистрации, несут ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации. Деятельность индивидуальных предпринимателей контролируют государственные и муниципальные контрольные и надзорные органы. Законный интерес контрольных и надзорных органов в отношении ИП проявляется в проведении контрольных мероприятия — проверок.

Законом установлено, что проверки бывают двух видов: плановые и внеочередные.

Плановые проверки должны проходить не чаще одного раза в три календарных года. Законом установлено, что до начала года в котором контролирующий орган планирует провести проверку в отношении того или иного индивидуального предпринимателя он должен включить данные о нем (о планируемой проверке) в годовой план проверочных мероприятий. Подготовленный таким образом план направляется контрольным органом в

органы прокуратуры. И уже соответственно, после проверки этого плана работниками прокуратуры, план проверочных мероприятий становится частью общего плана проверок на год.

Контролирующий орган не обязан информировать индивидуального предпринимателя о внеочередной проверке.

Предприниматель несет повышенную ответственность в отличие от иных граждан, в соответствии со статьей 401 ГК РФ, которой предусмотрено, что лицо, не исполнившее или ненадлежащим образом исполнившее обязательство при осуществлении предпринимательской деятельности, несет ответственность независимо от наличия вины. Требования к индивидуальному предпринимателю могут предъявить и кредиторы по обязательствам, не связанным с осуществлением предпринимательской деятельности (о причинении вреда жизни, здоровью или имуществу граждан или юридических лиц, о взыскании алиментов и т. п.).

Имущественные споры между гражданами, зарегистрированными в качестве индивидуальных предпринимателей, а также между указанными гражданами и юридическими лицами разрешаются арбитражными судами, за исключением споров, не связанных с осуществлением гражданами предпринимательской деятельности.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.03.2015 № 238 «О проведении мониторинга малого и среднего предпринимательства в Курагинском районе» по ряду основных экономических показателей, был проведен мониторинг состояния малого и среднего предпринимательства за 2017 год.

По данным территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Курагинскому району, Управления Федеральной налоговой службы по Курагинскому району в настоящее время осуществляют деятельность 188 малых предприятий (в том числе микропредприятий), 4 средних предприятия, количество зарегистрированных

индивидуальных предпринимателей (в том числе глав крестьянских фермерских хозяйств) составляет 895 единиц.

По сравнению с 2016 годом общее количество субъектов малого и среднего предпринимательства Курагинского района в 2017 году снизилось на 3 единицы и составило 1084 единицы. Это можно объяснить рядом причин:

- 1) Дефекты системы налогообложения.
- 2) Дороговизна сырья.
- 3) Недоступность кредитования и привлечения инвестиций.
- 4) Недостаток производственных и офисных площадей.

В июне Правительством России была окончательно утверждена Стратегия развития малого и среднего бизнеса до 2030 года [1]. Сам факт появления такого документа говорит, что отношение к малому и среднему бизнесу меняется в лучшую сторону. Примеры помощи от государства: гранты для предпринимателей, которые только начинают бизнес, денежные субсидии на бизнес от Центра занятости, компенсации кредитов, обучение и стажировка за счет государственных средств, помощь в ведении бухгалтерии, содействие развитию инновационных технологий.



## ПРОЕКТНО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 2 РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА ПО ОТКРЫТИЮ МАГАЗИНА АВТОЗАПЧАСТЕЙ

### 2.1 Анализ рынка японских автозапчастей в пгт Курагино

Поселок городского типа Курагино расположен на юге Красноярского края. Расстояние до города Абакана 100 километров, до города Красноярска по автодороге Минусинск – Выезжий Лог – Красноярск маршрут равен 380 километрам. Занимаемая площадь – 4175 Га.

Численность населения представлена на рисунке 2.1. Данные количества жителей поселка городского типа взяты из администрации Курагинского района. На графике указано распределение количества жителей поселка городского типа Курагино по годам.

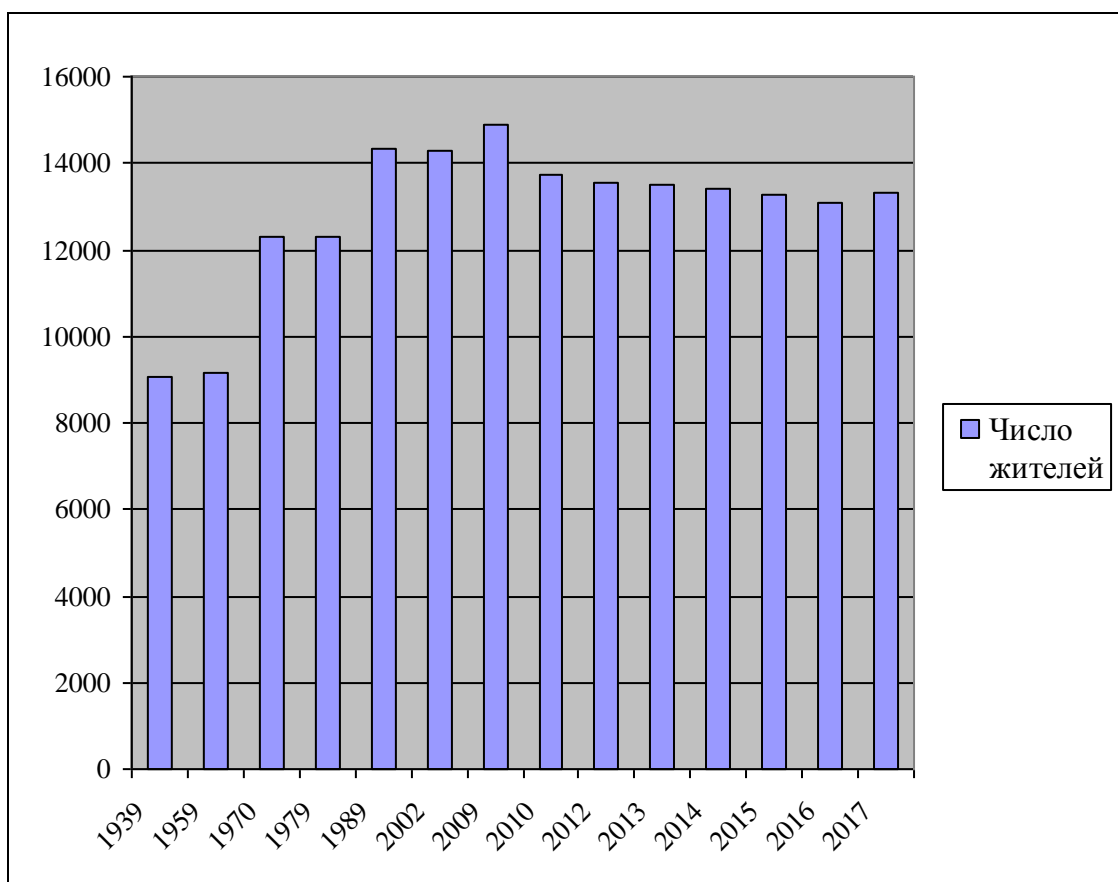


Рисунок 2.1 – график изменения численности населения пгт Курагино

На представленном рисунке 2.1. видно, что начиная с 2010 года наблюдается демографическое снижение численности населения в пгт Курагино и только в 2017 году можно увидеть прирост. Поэтому покупательская способность на автозапчасти и прочие товары за последние шесть лет незначительно снижалась, но начиная с 2017 года она снова начала увеличиваться. Эта ситуация благоприятно будет влиять на реализацию товаров, которые напрямую зависят от покупательской способности населения, например на японские автозапчасти.

ПГТ Курагино – одно из старинных селений Притубинья, основано в середине 15 века в Тубинском княжестве. Преобладающее население – это люди возрастом от 18 до 63 лет. На рисунке 2.2 показано количество зарегистрированных транспортных средств за 2015, 2016 и 2017 года. Данные взяты из ОГИБДД Межмуниципального отдела МВД России «Курагинский» [приложение «А»].

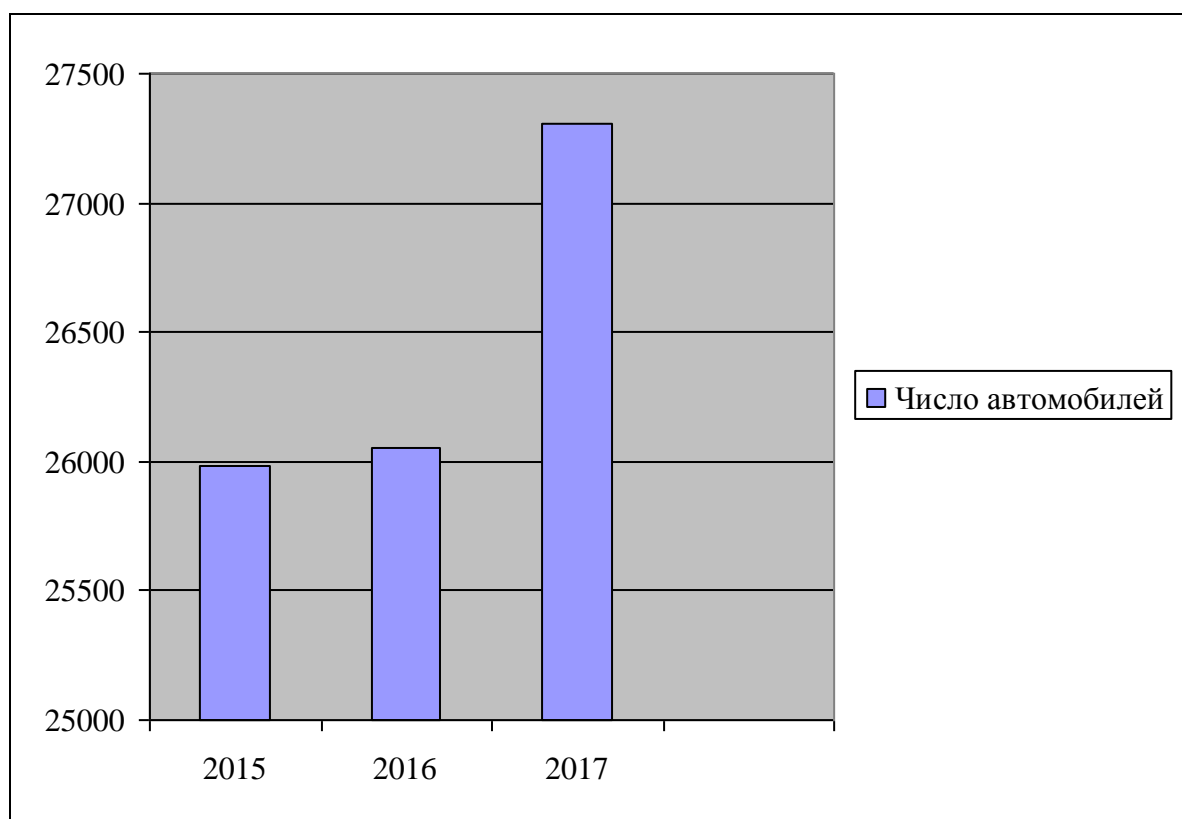


Рисунок 2.2 – Количество зарегистрированных транспортных средств

Данные рисунка 2.2 свидетельствуют о том, что число транспортных средств пгт Курагино за последние три года неизменно увеличивается. Исходя из изложенного очевидно, что продажа автозапчастей в данном поселке городского типа актуальна и рентабельна.

Для определения общей картины наличия в пгт Курагино японских автозапчастей, было решено провести анкетирование.

Цель анкетирования – узнать, необходим ли в пгт Курагино новый магазин японских автозапчастей.

Анкетирование проводилось в «Торговом центре», который располагается в пгт Курагино, улица Партизанская 45. Данное заведение пользуется огромной популярностью среди жителей пгт Курагино по этому и было выбрано для проведения исследования. В анкетировании приняли участие 114 человек. Пример анкеты можно увидеть в приложении «Б».

С помощью анкет было выявлено:

- 1) Число жителей пгт Курагино владеющих водительскими правами.
- 2) Число жителей пгт Курагино владеющих собственным автомобилем.
- 3) Год выпуска автомобилей пгт Курагино.
- 4) Какие страны автопроизводители пользуются большим спросом у жителей пгт Курагино.
- 5) Пользуются ли спросом автозапчасти среди жителей пгт Курагино.
- 6) Можно ли купить в пгт Курагино необходимые запчасти для своего автомобиля.
- 7) Целесообразность открытия нового магазина японских автозапчастей.

Результаты анкетирования представлены на рисунках 2.3 – 2.10.

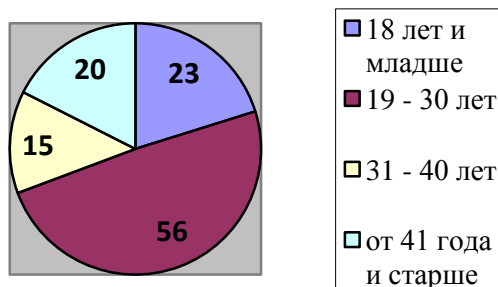


Рисунок 2.3 - Группировка респондентов по возрасту

Среди опрошенных респондентов, 20 % занимают лица 18 лет и младше, 49 % от 19 до 30 лет, 13 % от 31 до 40 лет и 17 % от 41 года и старше.

Лидирующую позицию занимают люди от 19 до 30 лет – это жители, большинство которых впервые только приобрели свой собственный автомобиль.

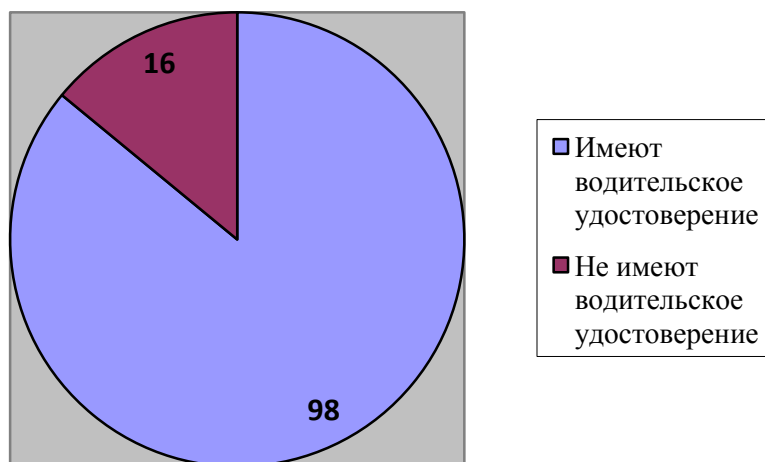


Рисунок 2.4 - Группировка респондентов по наличию водительских прав

Среди опрошенных респондентов 85 % имеют водительское удостоверение, а 15 % не имеют.

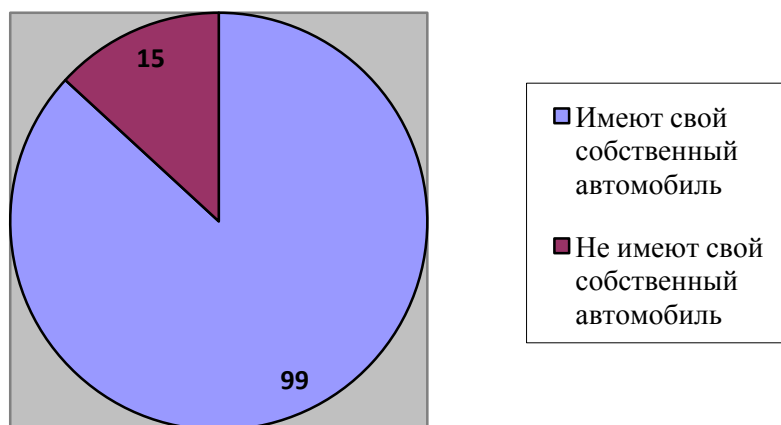


Рисунок 2.5 - Группировка респондентов по наличию своего собственного автомобиля

Среди опрошенных респондентов 86 % имеют свой собственный автомобиль, а 14 % не имеют.

Как правило, можно сделать вывод, что 14 % опрошенных - это лица не достигшие 18 лет, которые не имеют водительского удостоверения и соответственно своего собственного автомобиля.

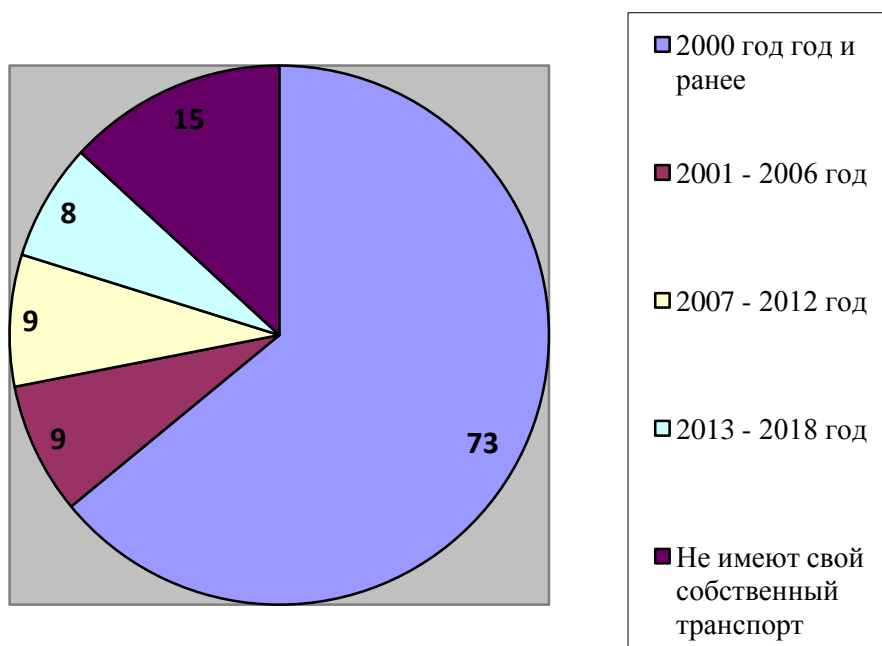


Рисунок 2.6 - Группировка респондентов по году выпуска их автомобиля

Среди опрошенных респондентов 64 % владеют автомобилями выпуска 2000 года и ранее, 8 % владеют автомобилями 2001 – 2006 года выпуска, 8 % владеют автомобилями 2007 – 2012 года выпуска, 7 % владеют автомобилями 2013 – 2018 года выпуска, 13 % опрошенных не владеют автомобилями.

Можно сделать вывод о том, что в пгт Курагино значительно преобладают автомобили до 2000 года выпуска.

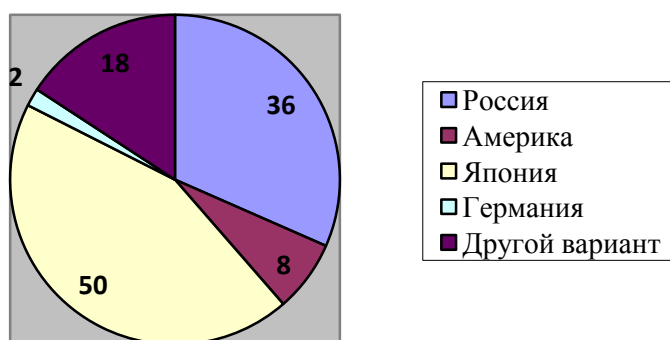


Рисунок 2.7 - Группировка респондентов по стране производителю их автомобилей

Среди опрошенных респондентов 31 % предпочитает автомобили Российского производства, 7 % Американского производства, 43 % предпочитает Японское производство, 2 % Немецкое и 15 % предпочитает автомобили другого производства.

Почти половина опрошенных жителей пгт Курагино предпочитает автомобили японского производства.

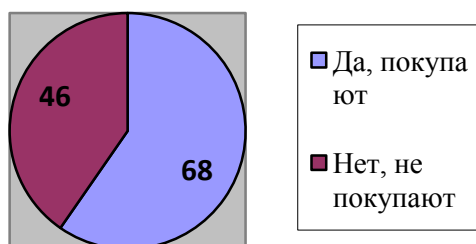


Рисунок 2.8 - Группировка респондентов по покупке автозапчастей в пгт Курагино

Среди опрошенных респондентов 59 % покупают автозапчасти, 41 % не покупает автозапчасти в пгт Курагино.

Подобное явление можно объяснить либо нехваткой нужных запчастей, либо неудовлетворение их качеством.

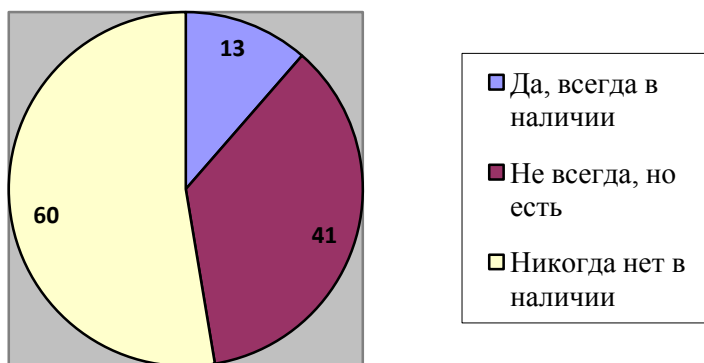


Рисунок 2.9 - Группировка респондентов по наличию для их автомобиля запчастей в пгт Курагино

Среди опрошенных респондентов 11 % не могут найти себе необходимый автозапчасти, 35 % не всегда, но периодически находят и 54 % никогда не могут найти нужные автозапчасти.

Такая статистика связана с нехваткой магазинов, которые специализируются на продаже автомобильных запчастей.

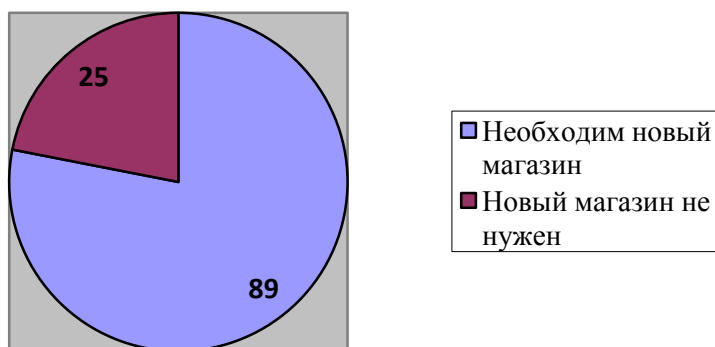


Рисунок 2.10 - Группировка респондентов по необходимости открытия нового магазина автозапчастей

Среди опрошенных респондентов 78 % считают что новый магазин необходим, а 22 % считают что новый магазин автозапчастей не нужен.

Подведя итог исследования, можно сказать, что по возрасту лидирующую позицию занимают люди, возраст которых находится от 19 до 30 лет – это время считается периодом приобретения своего первого автомобиля, 85 % респондентов имеют водительское удостоверение, 86 % респондентов имеют свой собственный автомобиль, 64 % респондента пользуется автомобилями до 2000 года производства, а с учетом того что данным автомобилям уже как минимум 18 лет, то запчасти являются жизненно важной необходимостью для дальнейшего без проблемного передвижения, 43 % респондента предпочитают японское автопроизводство, 59 % покупают запчасти в пгт Курагино, а так как большинство автомобилей в солидном возрасте, то эта цифра будет только расти, 54 % респондентов не могут найти нужные себе запчасти – по их мнению это связано с нехваткой нужных магазинов автозапчастей и 78 % опрошенных респондентов считают что новый магазин японских автозапчастей крайне необходим. С учетом всего перечисленного, идея открытия нового магазина японских автозапчастей в пгт Курагино является актуальной и рентабельной.

## **2.2 Анализ конкурентов в пгт Курагино**

Для написания данной дипломной работы было необходимо сделать мониторинг рынка конкурентов. Данный анализ позволит оценить ценовую политику, наличие ассортимента, занимаемую площадь конкурента, а так же насколько профессионально оборудован торговый зал. В таблицах 2.1, 2.2, 2.3, 2.4 представлена фактическая информация по магазинам автозапчастей, расположенным в пгт Курагино [приложение «В» - карта пгт Курагино]:

- 1) Магазин «Виразж» находящийся по адресу: Красноярский край, Курагинский район, пгт Курагино, улица Партизанская 45. Данный магазин занимается продажей запчастей для автомобилей «Лада».



2) Магазин «Детали машин ГАЗ» находящийся по адресу: Красноярский край, Курагинский район, пгт Курагино, Советский переулок 17А. Данный магазин занимается продажей запчастей для автомобилей «ГАЗ».

3) Магазин «Магазин автозапчастей» находящийся по адресу: Красноярский край, Курагинский район, пгт Курагино, Советский переулок 11. Данный магазин занимается продажей запчастей для автомобилей «Ford, Volkswagen, Skoda».

4) Магазин «Премьер-авто» находящийся по адресу: Красноярский край, Курагинский район, пгт Курагино, улица Комсомольская 123. Данный магазин занимается продажей запчастей для автомобилей «Kia, Hyundai».

Ценовая политика магазинов автозапчастей пгт Курагино представлена в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Ценовая политика, руб.

Наименование	Название магазина			
	«Виразж»	«Детали машин ГАЗ»	«Магазин автозапчастей»	«Премьер-авто»
1	2	3	4	5
Оптика, зеркала, лампочки	150 – 1 500	750 – 2 000	1 500 – 3 500	1 600 – 2 800
Автомобильные масла	1 200 - 1 500	1 300 – 1 700	1500 – 2 500	1 600 – 2 800
Радиаторы охлаждения	1 300 – 2 200	1 700 – 3 000	7 000 – 11 200	5 500 – 9 000
Аккумуляторы	1 700 – 2 500	2 500 – 3 500	3 500 – 4 500	2 700 – 4 000
Детали ходовой части	150 – 2 500	500 – 3 000	1 000 – 5 000	7 50 – 4 600
Шины и диски	1 500 – 2 500	1 700 – 2 800	2 100 – 4 300	1 900 – 3 800
Тормозная система	250 – 350	300 – 500	1 500 – 2 700	1 300 – 2 400

На основании таблицы 2.1 можно сделать вывод о том, что часть групп товара, такие как: радиаторы охлаждения, автомобильные масла, аккумуляторы предлагаются по завышенной цене.

Ассортимент товара, представленный в указанных магазинах довольно скудный. В наименьшей степени предложена такая группа товара, как детали

ходовой, что противоречит ежегодному приросту транспортных средств пгт Курагино. Группа товара, а именно шины и диски, отличается небольшим разнообразием и высокой стоимостью.

Информация о брендах, странах производителей и наличием сертификатов на товары представлены в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Информация о конкурентах

Преобладающие бренды			
«Виразж»	«Детали машин ГАЗ»	«Магазин автозапчастей»	«Премьер-авто»
1	2	3	4
RBI, Quintom Hazell	Авто-Трейд, Кедр	Taiho, Hanse, Febest, UNB	INA
Страна производитель			
Тайвань, Китай	Россия	Корея, Таиланд, Россия	Индонезия, Китай
Наличие сертификатов на товар			
Есть	Есть	Есть	Есть

На основании таблицы 2.2 можно сделать вывод о том, что предлагаемый товар не впечатляет своей привлекательностью и красочностью. В целом отсутствует творческий и профессиональный подход к закупке товара. Исключением является магазин «Магазин автозапчастей», где представлены товары как отечественного, так и зарубежного производителя.

Из анализа продаваемых брендов очевидно, что преобладают товары производства Китай и Россия.

В каждом магазине имеется в наличии сертификат на весь ассортимент товара.

Оснащение и организация торгового зала магазина «Ермак» представлены в таблице 2.3.

Таблица 2.3 – Организация торгового зала

Наименование	Название магазина			
	«Виразж»	«Детали машин ГАЗ»	«Магазин автозапчастей»	«Премьер-авто»
1	2	3	4	5
Просматриваемость товара	+	+	+	+
Рациональное использование площади торгового зала	-	+	+	+
Свободный доступ к товару	-	-	-	-
Хорошее освещение торгового зала	+	+	-	-
Правильное расположение ресепшена	+	+	+	+
Наличие ценников на товаре	+	-	-	-
Наличие уголка покупателя	+	+	+	+
Наличие бейджика у сотрудников магазина	+	-	-	-
Чистота и порядок в торговом зале	+	-	+	+
Итого баллов	4	3	3	3

Организация торгового зала конкурентов оценивалась по пятибалльной шкале, где:

«5» – отличная, безупречная организация торгового зала, при которой:

- 1) Хорошо просматривается товар.
- 2) Площадь торгового зала использована в полном объёме, задействованы все ее доступные и полезные места.
- 3) Имеется свободный доступ к товару.
- 4) Хорошее освещение торгового зала.
- 5) Правильное расположение ресепшена.

- 6) Наличие ценников на товаре.
- 7) Наличие уголка покупателя.
- 8) Наличие бейджика у сотрудника магазина.
- 9) Чистота и порядок в торговом зале.

«4» – хорошая организация торгового зала, при которой допустимо отсутствие не более трех вышеперечисленных условий.

«3» – удовлетворительная организация торгового зала, при которой допустимо отсутствие не более четырех вышеперечисленных условий.

«2» – плохая организация торгового зала, где присутствует более четырех вышеперечисленных условий.

«1» – полное отсутствие организации торгового зала.

На основании данной системы в таблице 2.3 проставлены оценки конкурентам. Можно сделать вывод о том, что безупречной и отличной организации торгового зала нет ни у одного из конкурентов. Однако, следует выделить магазин «Виразж», которому достаточно устранить всего два недостатка.

Удовлетворение потребителей сервисом в указанных магазинах представлено в таблице 2.4.

Таблица 2.4 – Качество обслуживания

Наименование	Название магазина			
	«Виразж»	«Детали машин ГАЗ»	«Магазин автозапчастей»	«Премьер-авто»
1	2	3	4	5
Приветливость	+	-	-	+
Скорость и высокое качество обслуживания	+	+	-	+
Общительность	+	+	+	+
Знание ассортимента	+	+	-	+
Знание информации о качестве товара и его производителях	+	+	-	+

#### Окончание таблицы 2.4

1	2	3	4	5
Внешний вид, опрятность, аккуратность	+	+	+	+
Ответственность	+	+	+	+
Коммуникабельность	+	+	+	+
Итого баллов	5	4	3	5

Качество обслуживания покупателей в анализируемых магазинах оценивалось так же по пятибалльной шкале, где:

«5» – высокое, безупречное качество обслуживания покупателей, где необходимо наличие следующего:

- 1) Приветливость продавца.
- 2) Скорость и высокое качество обслуживания.
- 3) Общительность, но не навязчивость.
- 4) Знание ассортимента товара.
- 5) Знание информации о качестве товара и его производителях.
- 6) Внешний вид, опрятность, аккуратность. Не допускается присутствие обслуживающего персонала в грязной и запачканной одежде.
- 7) Ответственность.
- 8) Коммуникабельность.

«4» – хорошее качество обслуживания покупателей, при котором допустимо отсутствие не более двух вышеперечисленных условий.

«3» – удовлетворительное качество обслуживания покупателей, при котором допустимо отсутствие не более четырех вышеперечисленных условий.

«2» – плохое качество обслуживания покупателей, где присутствует более четырех вышеперечисленных условий.

«1» – полное отсутствие качества обслуживания покупателей.

На основании данной системы в таблице 2.4 проставлены оценки конкурентам. Можно сделать вывод о том, что в магазине «Вираз» и магазине «Премьер-Авто» присутствует высокое, безупречное качество обслуживания.

Обслуживающему персоналу магазина «Детали машин ГАЗ» достаточно устранить один недостаток. В магазине «Магазин автозапчастей» плохое качество обслуживания, на которое следует обратить внимание руководству данного магазина.

В таблице 2.5 подведен итог анализа конкурентов.

Таблица 2.5 – Наличие потенциальных конкурентов

Анализируемый показатель	Название магазина			
	«Виразж»	«Детали машин ГАЗ»	«Магазин автозапчастей»	«Премьер-авто»
1	2	3	4	5
Конкурентоспособная ценовая политика	Да	Да	Да	Да
Наличие товаров отечественного производства	Нет	Есть	Есть	Нет
Организация торгового зала	4	3	3	3
Качество обслуживания клиентов	5	4	3	5
Сертификация товара	Есть	Есть	Есть	Есть
Площадь торгового зала (м <sup>2</sup> )	30, 25	67, 5	35, 75	85, 5
Потенциальность конкурента	Да	Да	Да	Да

На основании обширного проведенного анализа, представленного в таблице 2.5, действующих магазинов пгт Курагино очевидно, что есть как сильные, так и слабые конкуренты, к тому же, многие автозапчасти являются взаимозаменяемыми и могут подходить с совершенно разных автомобилей, по этому необходимо брать во внимание всех конкурентов.

## **2.3 Бизнес-план открытия магазина «Ермак»**

### **Резюме**

Бизнес-план открытия магазина «Ермак» по продаже японских автозапчастей рассчитан на то, что бы правильно определить ассортиментную и ценовую политику, организационные мероприятия и расходы по проекту. В данной разработке приведены общие издержки по проекту, спрогнозирован ожидаемый объем продаж. Для реализации данного проекта рассчитана потребность в капитале.

Организационно-правовой формой ведения бизнеса будет индивидуальное предпринимательство. Льготный налоговый режим - единый налог на вмененный доход. Срок подготовительного периода к открытию магазина составляет 1 месяц.

Целями данного бизнес-плана являются:

- 1) Обоснование эффективности создания и продвижение современного магазина по розничной продаже японских автозапчастей в пгт Курагино с населением около 13 тыс. человек.
- 2) Получение стабильной прибыли.
- 3) Удовлетворение потребительского спроса на японские автозапчасти.

Стартовые капиталовложения для открытия магазина «Ермак» составят 2 020 000 руб., которые складываются из собственных денежных средств в размере 1520 000 руб. и кредитных займов в размере 500 000 руб. [Приложение «Г» - расчет кредита].

Анализ бизнес-плана показал, что при заданных исходных данных, период окупаемости данного бизнеса составит 1 год 6 месяцев. Рентабельность основной деятельности составит 225 %.

Магазин «Ермак» будет расположен по адресу: Красноярский край, Курагинский район, пгт Курагино, ул. Новостройка 2 б, и занимать площадь 29

кв.м. Стоимость аренды за месяц, без учета коммунальных платежей, равна 14 000 руб. [Приложение «Д» - план магазина].

Первоначальный штат работников заложен в количестве 3 сотрудников, а именно: управляющего и двух продавцов-консультантов.

Бизнес-план рассчитан на «средний» ценовой сегмент, что обусловлено сложившейся на рынке конъюнктурой: снижением покупательской способности и падением уровня доходов населения.

Отрасль розничной реализации японских автозапчастей на российском рынке в настоящее время переживает свой подъем. По состоянию на 2017 год, оборот на рынке вырос на 3 % в рублевом эквиваленте. Положительным фактором является и то, что наблюдается спад автозапчастей китайского производства, а потребители все чаще предпочитают покупать оригинальные японские автозапчасти. Подобная тенденция объясняется более высоким качеством и долгим сроком службы продукции. Поэтому основным приоритетным направлением магазина будет закупка именно японских оригинальных запчастей.

Немаловажным фактором успеха в реализации данного бизнеса, является заключение договоров поставки товаров с легальными производителями, продукция которых является сертифицированной и соответствующей действующим ГОСТам и стандартам, установленным на территории РФ.

Для успешного продвижения бизнес-плана планируется тщательный отбор сотрудников магазина. Обязательным критерием отбора является профессионализм кандидата, обучаемость, коммуникабельность и умение общаться с разными типами покупателей, работать на достижение прибыли.

Практически любое предприятие при ведении бизнеса не застраховано от определённых рисков [25]. Рисками, способными оказать негативное влияние могут быть: коммерческие риски, финансовые риски, криминальные риски. Однако, при грамотном ведении бизнеса, все риски можно предотвратить, либо их разрешить.



## **Общее описание магазина «Ермак»**

Магазин «Ермак» будет расположен по адресу: Красноярский край, Курагинский район, пгт Курагино, ул. Новостройка 2 б, и занимать площадь 29 кв.м. Стоимость аренды равна 14 000 руб.

В данном бизнес-плане как организационно-правовая форма управления выбрано индивидуальное предпринимательство. Для того чтобы начать данный вид деятельности необходимо пройти процедуру регистрации, согласно действующего законодательства Российской Федерации. Для розничной торговли японскими автозапчастями соответствует ОКВЭД: 45.32.1 Торговля розничными автомобильными деталями, узлами и принадлежностями в специализированных магазинах.

Регистрация индивидуального предпринимателя будет осуществляться по месту его жительства.

Затраты на регистрацию индивидуального предпринимателя равны стоимости госпошлины и составляют 800 руб [2].

В связи с тем, что бизнес-план магазина «Ермак» разработан для пгт Курагино, поэтому индивидуальный предприниматель должен сдавать налоговые декларации по месту ведения деятельности – в ТОРМ Межрайонной ИФНС России № 10 по Красноярскому краю в пгт Курагино.

Целесообразно выбрать из системы налогообложения льготный режим - единый налог на вмененный доход [5]. Данный режим подразумевает:

При исчислении и уплате ЕНВД размер реально полученного дохода значения не имеет, налогоплательщики руководствуются размером вмененного им дохода, который установлен Налоговым Кодексом РФ.

Согласно п. 2 ст. 346.26 НК РФ ЕНВД применяется в отношении вида деятельности – розничная торговля.

Существуют налоги, которые заменяет ЕНВД в отношении индивидуальных предпринимателей:

1) Налог на доходы физических лиц. В отношении доходов, полученных от предпринимательской деятельности, облагаемой единым налогом.

2) Налог на имущество физических лиц. В отношении имущества, используемого для ведения предпринимательской деятельности, облагаемой единым налогом.

3) Налог на добавленную стоимость. В отношении операций, признаваемых объектами налогообложения в соответствии с главой 21 НК РФ, осуществляемых в рамках предпринимательской деятельности, облагаемой единым налогом.

При ведении предпринимательской деятельности осуществляется: раздельный учет показателей по каждому виду деятельности, облагаемой ЕНВД; в отношении деятельности, облагаемой ЕНВД и деятельности, облагаемой в рамках иных режимов налогообложения.

Так же необходим обязательный учет показателей: по налогам, исчисляемым в качестве налоговых агентов; по прочим налогам и сборам.

Согласно абз. 3 п. 3 ст. 80 НК РФ предусмотрена обязанность представления сведений о среднесписочной численности работников.

Расчет налога ЕНВД производится по формуле 2.1:

$$\text{ЕНВД} = \text{БД} * \text{Физический показатель} * K1 * K2 * \text{Ставка налога} \quad (2.1)$$

Где: Ставка налога: 15 % от величины вмененного дохода.

Физический показатель – это площадь арендуемого помещения.

Базовая доходность: для объектов стационарной розничной торговли равна 1 800.

K1 в 2018 году изменился и стал равен 1,868.

K2 равен 0,8 на основании решения Совета депутатов Красноярского края от 21.11.2017 № 21-186р.

Существует возможность уменьшения налога ЕНВД на страховые взносы для индивидуальных предпринимателей.

Налогоплательщики ЕНВД имеют право уменьшить сумму налога, исчисленную за налоговый период, на суммы платежей (взносов) и пособий, которые были уплачены в пользу работников, занятых в тех сферах деятельности налогоплательщика, по которым уплачивается единый налог.

При этом сумма такого уменьшения не может быть больше, чем 50 % исчисленного налога.

Срок уплаты ЕНВД до 25 числа месяца, следующего за отчетным периодом (квартал).

Из всех возможных льготных налогообложений данный бизнес-план разработан с учетом применения налога ЕНВД, который является наиболее доступным и простым для практического применения в бизнесе.

По истечении пятилетней работы магазина «Ермак», запланировано первое расширение бизнеса путем введения новых групп товара (легкосплавные колесные диски и всесезонная автомобильная резина).

Бизнес-план магазина «Ермак» разработан с учетом отличия от конкурентов, а именно:

- 1) Наличие оригинального товара, при условии обязательной его сертификации.
- 2) Обширность ассортимента товара.
- 3) Ценовая политика, рассчитанная на любой потребительский кошелек.
- 4) Заключение договоров поставки товара напрямую с производителями, позволяет миновать закупку товара у оптовых посредников, что благоприятно повлияет на выбранную в бизнес-плане ценовую политику.
- 5) Использование акционной и рекламной компании с частой сменой предложений с целью привлечения большего количества потребителей.
- 6) Наличие обученного профессионального кадрового состава, принимаемого на работу на конкурсной основе.

Благодаря вышеизложенным пунктам, магазин «Ермак» будет конкурентоспособен и сможет создать свою собственную клиентскую базу.

### Описание продукции

Приобретаемые товары должны быть изготовлены из высококачественного материала, например, нержавеющей сталь, с условием приобретения товара у легального производителя, с наличием прохождения всех норм и правил сертификации. Изделия должны быть изготовлены с учетом действующих ГОСТов. На каждом изделии необходимо присутствие наклейки с полным наименованием детали [33].

Вышеизложенное подразумевает отличие и эксклюзивность данной группы товаров.

### План маркетинга

Если рассмотреть рынок автозапчастей в пгт Курагино по всем группам и направлениям, то можно сделать вывод о том, что сегмент деталей ходовой части составляет 33 %, а сегмент аккумуляторов 27 % - это наиболее востребованные группы товаров. Данное явление отражено ниже на рисунке 2.11.

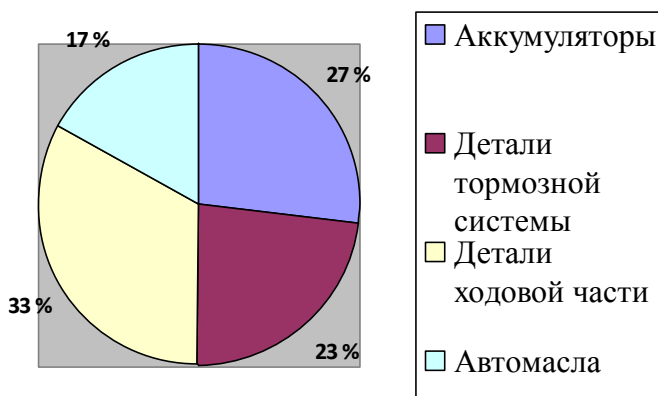


Рисунок 2.11 – Сегментация рынка автозапчастей в пгт Курагино

Из представленного рисунка 2.11 можно сделать вывод о том, что эти группы товаров наиболее востребованы на рынке автомобильных запчастей в пгт Курагино. С учетом того, какие дороги в Курагинском районе, не удивительно, что лидирующую позицию занимают детали ходовой части, так как быстро приходят в негодность. Детали двигателя и коробки почти не представлены, так как в пгт Курагино нет ни одного официального автомобильного дилера и сертифицированного СТО и данные запчасти не пользуются спросом.

Для реализации данного бизнес-плана необходим первоначальный капитал. Планируется вложить в развитие данного бизнеса свои средства в размере 1 520 000 руб., также необходимо прибегнуть к заемному капиталу в виде кредита в банке в размере 500 000 руб. сроком на 5 лет из расчета годовой ставки 18 %, [приложение «Г» - кредитный калькулятор].

Основные средства капитала состоят из закупленного товара. На основании тщательного изучения рынка автозапчастей в пгт Курагино был сделан вывод о том, что необходимо приобрести как востребованные группы товаров, так и те, которые в наименьшей степени представлены на рынке в целом. Распределение этих групп показаны на рисунке 2.12.



Рисунок 2.12 – Ассортимент товара магазина «Ермак»

На рисунке 2.12 показано распределение капитала из расчета того, что некоторые группы товаров на рынке автозапчастей в пгт Курагино представлены в наименьшей степени, либо вовсе отсутствуют.

Успех любого бизнеса зависит от взаимовыгодного сотрудничества с надежными, постоянными партнерами.

Одной из целей написания данного бизнес-плана было наличие высококачественного товара, при условии обязательной его сертификации.

Для наполняемости ассортимента и пополнения активов заключены договора о поставке товаров со следующими производителями:

- 1) ООО «Автологист».
- 2) ООО «АвтоМотоТрейд».
- 3) ООО «AutoDoc».
- 4) ООО «4x4 Motors».
- 5) ООО «24 Auto».
- 6) ООО «A - Detail».
- 7) ООО «ABS».
- 8) ООО «Auto - Segment».
- 9) ООО «ДВС».
- 10) ООО «Мотор».
- 11) ООО «Japan motors».
- 12) ООО «JapAuto».

Данные поставщики располагаются в городе Красноярск и являются официальными партнерами японских автопроизводителей, следовательно детали произведенные в России все равно считаются оригинальными, так как созданы на всем нормам и законам японского автопроизводства.

Когда предприниматель определяет какой будет наценка на товар в розничной торговле, следует учитывать множество издержек, с которыми приходится сталкиваться, начиная с периода закупки продукции и заканчивая выставлением отпускной цены. Торговая наценка должна сделать бизнес

рентабельным, но в то же время быть доступной для платежеспособного потребителя.

Начиная бизнес «с нуля» необходимо учитывать все факторы расходов и затрат, а именно:

- 1) Закупка товара.
- 2) Оплата налогов и заработной платы.
- 3) Расходы по ведению бизнеса.
- 4) Оплата кредита.
- 5) Непредвиденные расходы.

На итоговый размер розничной цены влияют такие факторы, как:

- 1) Конкуренция в пгт Курагино, конкурентоспособное расположение торговой точки.
- 2) Широкая линейка разнообразных товаров.
- 3) Уникальность предложения.
- 4) Размещение магазина.

В законе также строго прописан список продукции, фиксированной на государственном уровне, размер наценки на которую не может превышать установленные значения. В основном это детское питание, медицинские препараты, изделия, питание для школьников и обучающихся в образовательных заведениях, продукция, ввозимая для реализации в Крайнем Севере.

Предугадать, как пойдет торговля сложно. Эксперты предполагают два неожиданных варианта исхода событий [31]:

- 1) Предприниматель может закупить товар очень дешево и воспользоваться большой наценкой, при этом выручка будет весомой, и в то же время реализационная цена останется доступной для покупателя.

- 2) И наоборот – дорогой уникальный товар в закупке даже при небольшой торговой наценке не пользуется спросом и попросту лежит на полках, не вызывая интереса у покупателей. Соответственно, процент выручки

падает, не происходит оборот денежных средств, рентабельность бизнеса снижается.

Вычислить торговую наценку можно, используя один из следующих методов:

1) Ориентируясь на общую величину выручки от продажи товаров. Применяется, если на все проданные товары фиксируется один и тот же процент наценки.

2) С учетом ассортимента, участвующего в товарообороте. Предприятие предлагает населению товары с разной торговой наценкой, При этом учитывает и контролирует величину выручки по группам продукции с такой же наценкой.

3) По ассортименту продукции в остатке – если проводится инвентаризация продукции по завершении отчетного периода.

4) Вариант вычисления среднего процента – если наценка на все товары разная. Самый популярный вариант определения, ведь он самый быстрый и простой.

Занимаясь реализацией японских автозапчастей нельзя не учесть определенные риски. Они связаны, прежде всего, с тем, что себестоимость производства «неоригинальных» запчастей значительно ниже оригинальных. Далеко не все покупатели готовы доплачивать за оригинальность и качество, тогда как огромное количество поставщиков предлагают широкий выбор неоригинальных автозапчастей китайского производства. В результате этого наценка в рознице на автозапчасти оказывается низкой. Отдельным магазинам сложно конкурировать с сетевыми магазинами, которые отправляют товары по всему миру с минимальной наценкой.

Эксперты подсчитали, что в случае, если применять наценку на розничную продажу автозапчастей приобретаемых у поставщиков в среднем ниже 100 %, то через три – пять лет начнется процесс постепенного разорения бизнеса [6]. Данный факт подтвержден и практически: за последние три года на



территории Российской Федерации закрылось значительная часть представителей малого и среднего бизнеса.

Торговая наценка на дешевую, неоригинальную продукцию может достигать и 200 %, а на дорогую редко превышает 50 – 100 %, при условии, что 80 % товара будет закупаться непосредственно напрямую у производителей или их официальных представителей. Из чего можно сделать вывод о том, что средняя наценка на японские автозапчасти, приобретаемые у производителя, должна составлять в среднем 125 %.

Тенденция ценообразования рынка такова, что товар, проходя путь от производителя к потребителю, наценяется несколько раз. Эта наценка достигает 200 – 250%. Данный факт неоднократно подтвержден научными исследованиями экспертов (Федеральной Антимонопольной Службой, прокуратурой и т.д.).

Закупка товара непосредственно у производителя позволяет наценить товар как минимум один раз. Следовательно, средняя наценка в 225 % абсолютно обоснована.

Начальный капитал, заложенный в данном бизнес-плане составляет 2 020 000 руб., на закупку товара рассчитано потратить 708 000 руб.. С учетом торговой наценки 225 %, данный расчет представлен в таблице 2.6.

Таблица 2.6 – Структура товарооборота

Товарная группа	Закуплено товара, руб.	Торговая надбавка, %	Доход, руб.
1	2	3	4
Детали ходовой части	141 600	225	318 600
Автомобильные масла	198 240		446 040
Детали тормозной системы	28 320		63 720
Радиаторы охлаждения	77 880		175 230
Оптика, зеркала, лампочки	70 800		159 300
Аккумуляторы	70 800		159 300
Шины и диски	70 800		159 300
Автомобильные аксессуары	49 560		111 510
Итого	708 000		1 593 000

На основании представленной таблицы 2.6 видно, что капитал за первый год работы магазина увеличится с 708 000 до 1 593 000 руб.

Арендованное помещение для магазина «Ермак» расположено по адресу: Красноярский край, Курагинский район, пгт Курагино, ул. Новостройка 2 б.

Режим работы магазина «Курагино» с 10:00 до 19:00.

Выбор местоположения магазина определяется следующими факторами:

1) Высокая проходимость.

Улица Новостройка находится в центральной части пгт Курагино. По данной улице ежедневно проходит большой поток людей. Соответственно арендованное помещение обладает высокой проходимостью потенциальных покупателей.

2) Характеристика торговой площади.

Арендуемое торговое помещение магазина «Ермак» расположено в одноэтажном здании. Занимая торговая площадь составляет 29 кв. м. В торговом зале имеется хорошее освещение.

3) Характеристика подъездных путей.

Рядом с территорией магазина есть подъездные пути, имеются парковочные места, также рядом находится остановка общественного транспорта.

Для обустройства торгового зала необходимо наличие необходимого оборудования, перечень и цена которого указана в таблице 2.7.

Таблица 2.7 – Перечень торгового оборудования

Наименование оборудования	Количество, шт.	Цена, руб. за шт.	Сумма, руб.
1	2	3	4
Шкаф – стеллаж с накопителем 1300*2600	1	10 300	10 300
Шкаф – стеллаж с накопителем 1200*2600	1	9 400	9 400
Шкаф – стеллаж с накопителем 1100*2600	1	9 250	9 250
Накопитель на 2 ящика из дерева	2	4 700	9 400

## Окончание таблицы 2.7

1	2	3	4
Накопитель открытый из дерева	2	3 800	7 600
Ресепшен с подсветкой	1	9 350	9 350
Стеллаж с 6-ю стеклянными полками	3	3 730	11 190
Стеллаж металлический	2	3 450	6 900
Кассовый аппарат	1	1 350	1 350
Компьютер	1	18 000	18 000
Камера видеонаблюдения	2	13 130	26 260
Итого			119 000

В таблице 2.7 рассчитано, что на торговое оборудование запланировано затратить 119 000 руб.

Совершенствование рекламной политики магазина «Ермак» является важным направлением повышения объемов продажи товаров.

Для привлечения покупателей в первый год работы запланирован комплекс различных рекламных мероприятий [21], которые можно увидеть в таблице 2.8.

Таблица 2.8 – Маркетинг

Наименование рекламы	Период выхода	Стоимость рекламы за месяц, руб.	Стоимость рекламы за год, руб.
1		2	
Штендеры	Постоянно	5 700	5 700
Указатели	Постоянно	4 200	4 200
Листовки	Один раз	1 500	1 500
Газета	Постоянно	400	4 800
Социальные сети (Вконтакте, Одноклассники)	Постоянно	0	0
Итого		11 800	16 200

Благодаря таблице 2.8 видно, что в первый год открытия магазина «Ермак» будет выделено 16 200 руб. на маркетинг.

## Управленческий план

Для работы данного магазина первоначально необходимо наличие двух продавцов – консультантов по продажам и одного управляющего. Так как предприниматель имеет высшее экономическое образование, целесообразно, что бы бухгалтерские функции были возложены на него.

Организационная структура предприятия представлена на рисунке 2.13.

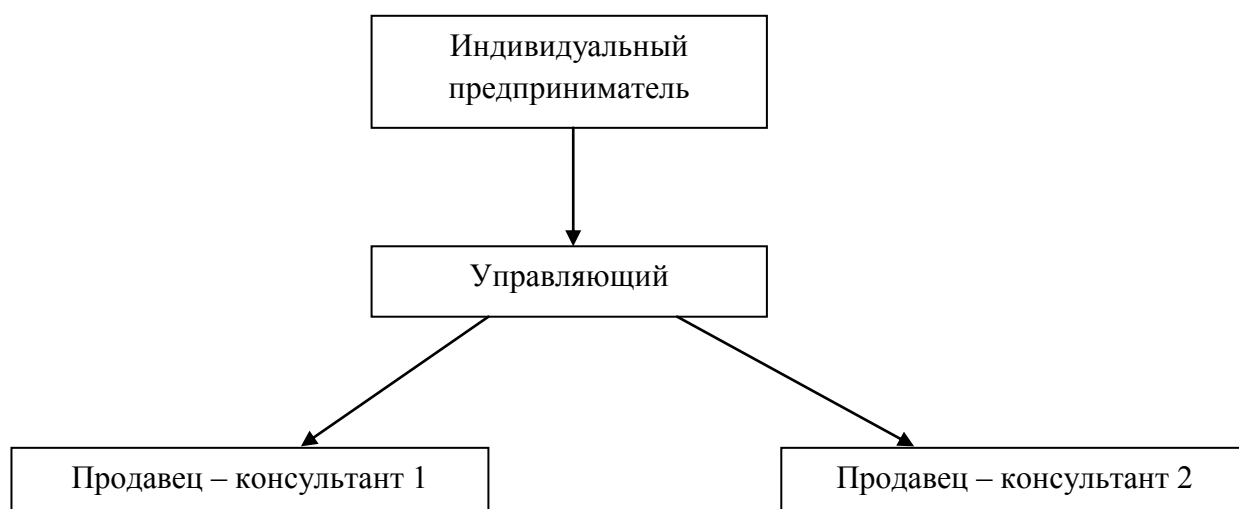


Рисунок 2.13 – Организационная структура магазина «Ермак»

Должность управляющего – важное звено эффективной коммерческой деятельности любого бизнеса. Требования к должности управляющего указаны в таблице 2.9.

Таблица 2.9 – Требования к кандидату на должность управляющего

Наименование	Требования
1	2
Личные качества	Целеустремленность Обучаемость Ответственность Сдержанность Лидерство Коммуникабельность Эмоциональная устойчивость Способность разрешать конфликт Наличие высшего образования

## Окончание таблицы 2.9

1	2
Опыт работы	Опыт работы в розничной торговле не менее двух лет, опыт ведения бухгалтерской документации
Иные умения	Владение ПК

С помощью таблицы 2.9 выявлены обязанности управляющего:

- 1) Организовать работу магазина для выполнения планового объема продаж.
- 2) Организовывать и контролировать работу продавцов-консультантов магазина.
- 3) Формировать, оформлять и представлять индивидуальному предпринимателю заказ на товар.
- 4) Осуществлять прием, выдачу товара.
- 5) Следить и способствовать выполнению планового задания.
- 6) Оформлять отчетную документацию.
- 7) Вести переговоры с поставщиками.

Продавец-консультант – это специалист, которому приходится работать в двух основных направлениях. В первую очередь, он занимается оказанием помощи потенциальным покупателям.

От квалифицированности продавцов-консультантов во многом зависит прибыль магазина [13]. А ее повышение и является вторым обязательным направлением деятельности этих специалистов. Требования к должности продавца-консультанта указаны в таблице 2.10.

Таблица 2.10 – Требования к продавцу – консультанту

Наименование	Требования
1	2
Личные качества	Обучаемость Целеустремленность Сдержанность Ответственность Наличие среднего образования

## Окончание таблицы 2.10

1	2
Опыт работы	Опыт работы в розничной торговле не менее одного года
Иные умения	Владение ПК

На основании таблицы 2.10 можно выявить обязанности продавца-консультанта:

- 1) Помощь в выборе товара.
- 2) Предоставление информации о производителе, материале, фирме.
- 3) Выполнение плановых заданий.
- 4) Соблюдение чистоты и порядка торгового зала.
- 5) Размещение товара на стеллажах и витринах.
- 6) Наклейка ценников на товар.

В таблице 2.11 произведен расчет затрат на заработную плату штатных сотрудников.

Таблица 2.11 – Штатное расписание сотрудников магазина «Ермак»

Профессия	Численность работников, ч.	Заработная плата, (в месяц), руб.	Итого сумма (в год), руб.
1	2	3	4
Управляющий	1	19 700	236 400
Продавец – консультант 1	1	14 300	171 600
Продавец – консультант 2	1	14 300	171 600
Итого	3	48 300	579 600

Заработная плата управляющего начисляется из расчета 895 руб. – однодневный выход на работу.

Заработная плата продавца-консультанта начисляется из расчета 950 руб. – за однодневный выход на работу.

Таким образом, на основании таблицы 2.11, можно сделать вывод, что индивидуальному предпринимателю придется платить своим сотрудникам 48 300 руб. в месяц и 579 600 руб. в год.

В таблице 2.12 представлен запланированный рабочий график сотрудников магазина.

Таблица 2.12 – График работы сотрудников магазина «Ермак»

Персонал	Количество отработанных часов, час./мес.	Количество отработанных дней, д./мес.	Количество выходных дней, д./мес.
1	2	3	4
Управляющий	160	22	8
Продавец – консультант 1	120	15	15
Продавец – консультант 2	120	15	15

Согласно таблице 2.12 рабочий график управляющего состоит из восьмичасового рабочего дня, пять дней в неделю, с двумя выходными. Рабочий график продавца – консультанта посменный: три дня рабочих, три дня выходных.

### Финансовый план

В финансовом плане отражен анализ денежного оборота магазина «Ермак». Ниже представлены сводные таблицы расчетов на первые пять лет [34].

Учет постоянных и периодических затрат показан в таблице 2.13.

Таблица 2.13 – Прогнозируемый учет коммерческих затрат, руб.

Наименование показателей	Год				
	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
Заработная плата	579 600	579 600	579 600	579 600	579 600
Налог на заработную плату	173 880	173 880	173 880	173 880	173 880
Налог ЕНВД	140 484	140 484	140 484	140 484	140 484
Аренда помещения	168 000	168 000	168 000	168 000	168 000
Коммунальные платежи	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000
Транспортировка	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000

## Окончание таблицы 2.13

1	2	3	4	5	6
Расходы на рекламу	16 200	16 200	16 200	16 200	16 200
Прочие расходы	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000
Расходы на обустройство торгового зала	119 000	-	-	-	-
Итого затрат	1 311 164	1 192 164	1 192 164	1 192 164	1 192 164

На основании таблицы 2.13 в первый год работы магазина «Ермак» затратная часть составит 1 311 164 руб. В последующие годы сумма коммерческих затрат уменьшается до 1 192 164 руб. а это 9,2 %. Снижение затрат обусловлено отсутствием расходов на оборудование торгового зала. Затраты на оборудование торгового зала единовременны и как минимум в ближайшие пять лет (до расширения магазина и ассортимента) не потребуются.

В таблице 2.14 представлена прогнозируемая ежемесячная выручка магазина [24].

Таблица 2.14 – Прогнозируемая ежемесячная выручка, тыс. руб.

Месяц	Год				
	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
Сентябрь	180	230	245	265	335
Октябрь	200	200	215	235	285
Ноябрь	210	210	225	245	295
Декабрь	200	200	215	235	285
Январь	250	250	265	285	335
Февраль	180	180	195	215	265
Март	220	220	235	255	305
Апрель	300	300	315	335	385
Май	280	280	295	315	365
Июнь	250	250	265	285	335
Июль	265	265	280	300	350
Август	265	265	280	310	360
Итого	2 800	2 850	3 030	3 280	3 900

Из представленной таблицы 2.14 усматривается ежегодное увеличение прибыли от реализации товара.



В таблице 2.15 представлена информация о предполагаемом расчете основных активов.

Таблица 2.15 – Прогнозируемый расчет основных активов, руб.

Наименование показателей	Год				
	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
Денежные средства выделенные на закупку товара	708 000	870 000	901 000	960 000	983 000
Сумма товара с наценкой 225%	1 593 000	1 957 500	2 027 250	2 160 000	2 211 750
Остаток нереализованного товара	-	704 500	740 600	752 300	779 000
Всего основных активов	1 593 000	2 662 000	2 767 250	2 92 300	2 990 750

Согласно таблице 2.15 за пятилетний период основные активы увеличились на 1 397 750 тыс. руб., а это 47 %.

Прогнозируемый показатель чистой прибыли в рублях рассчитан в таблице 2.16.

Таблица 2.16 – Прогнозируемый поток денежных средств от операционной деятельности, руб.

Наименование показателей	Год				
	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
Выручка	2 800 000	2 850 000	3 030 000	3 280 000	3 900 000
Кредит	156 000	156 000	156 000	156 000	156 000
Коммерческие расходы	1 311 164	1 192 164	1 192 164	1 192 164	1 192 164
Чистая прибыль	1 332 836	1 501 836	1 681 836	1 931 836	2 551 836

Из таблицы 2.16 очевидно, что чистая прибыль ежегодно увеличивается в денежном эквиваленте, а коммерческие расходы наоборот после первого года

работы снизятся, это связано с отсутствием необходимости затрачивать денежные средства на оборудование помещения.

Показатели рентабельности являются важными относительными показателями эффективности открываемого магазина, они рассчитаны в таблице 2.17.

Таблица 2.17 – прогнозируемые показатели рентабельности, %

Наименование показателя	Год				
	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
Рентабельность основной деятельности	225	225	225	225	225
Рентабельность продаж	47	52	55	58	65

Для нахождения рентабельности продаж воспользуемся формулой 2.2:

$$R = \frac{\Pi_{\text{ч}}}{В_{\text{р}}} \times 100\% \quad (2.2)$$

Где:  $\Pi_{\text{ч}}$  – чистая прибыль.

$В_{\text{р}}$  – выручка от реализации.

Из таблицы 2.17 очевиден факт прироста рентабельности продаж.

Срок окупаемости проекта – это время, необходимое компании для возмещения ее первоначальных инвестиций. Это один из наиболее распространенных и понятных показателей оценки эффективности реального инвестиционного проекта, так как позволяет судить о том, как быстро возвратятся денежные средства, вложенные в его реализацию.

Срок окупаемости инвестиционного проекта магазина «Ермак» рассчитан следующим образом:

- 1) Всего инвестиций – ЧП 1 года:  $2\,020\,000 - 1\,332\,836 = 687\,164$
- 2) Остаток не окупленных инвестиций < ЧП 2 года:  $687\,164 < 1\,501\,836$ , следовательно, находим остаток:

$$1\,501\,836 / 12 = 125\,153$$

$$687\,164 / 125\,153 = 5,4 \approx 6 \text{ месяцев}$$

В результате произведенного расчета первоначальные капитальные вложения окупятся через один год и два месяца.

Чистый приведенный доход позволяет получить обобщенную характеристику результата инвестирования, его конечный эффект в абсолютной сумме.

Расчет этого показателя осуществляется по формуле (2.3):

$$\text{ЧПД} = \text{ЧДП} - \text{ИК} \quad (2.3)$$

Где: ЧПД – сумма чистого приведенного дохода по реальному инвестиционному проекту.

ЧДП – сумма чистого денежного потока за весь период эксплуатации инвестиционного проекта.

ИК – сумма инвестируемого капитала в реализацию проекта.

Инвестиционный проект, в котором показатель чистого приведенного дохода является отрицательным или равным нулю, должен быть отвергнут, так как он не принесет предприятию дополнительный доход на вложенный капитал.

Инвестиционные проекты с положительным значением показателя чистого приведенного дохода позволяют увеличить капитал предприятия и его рыночную стоимость.

Производим расчет чистого приведенного дохода:

$$\text{ЧПД} = (1\,332\,836 + 1\,501\,836 + 1\,681\,836 + 1\,931\,836 + 2\,551\,836) - 2\,020\,000 = 6\,970\,180 \text{ руб.}$$

На основании данного расчета видно увеличение вложенных инвестиций.

Показатель индекса доходности инвестиций – позволяет соотнести объем инвестируемого капитала с предстоящей суммой чистого денежного потока по проекту.

Расчет этого показателя осуществляется по следующей формуле (2.4):

$$\text{ИДИ} = \text{ЧПД} / \text{ИК} \quad (2.4)$$

Где: ИДИ – индекс доходности инвестиций по проекту.

Если значение индекса доходности инвестиций меньше единицы или равен ей, то инвестиционный проект должен быть отвергнут в связи с тем, что он не принесет дополнительный доход магазину.

$$\text{Индекс доходности} = 6\,970\,180 / 2\,020\,000 = 3,4$$

В результате произведенного расчета индекс доходности инвестиций равен 3,4. Следовательно, можно констатировать факт экономической эффективности инвестиционного проекта.

### Оценка рисков

Практически любое предприятие при ведении бизнеса не застраховано от определенных рисков [27]. Общепринятой квалификации видов рисков не существует. В таблице 2.18 отражены основные виды рисков.

Таблица 2.18 – Виды рисков

Группа рисков	Вид риска	Негативный результат отрицательно влияющий на получение ожидаемой прибыли	Способы решения проблем, минимизация риска
1	2	3	4
Коммерческие	Низкий объем реализации товара	Финансовые потери	Более тщательный подбор персонала
	Нереалистичный анализ конкурентной среды	Потеря партнеров, проблема работы с поставщиками	Тщательный анализ рынка и поиск надежных партнеров
Экономические	Кризисы, падение курса валют	Снижение покупательской способности	Гибкая система цен, акции, приобретение более доступного товара по ценовому сегменту
	Инфляция	Финансовые потери	Быстрое реагирование на ситуацию

### Окончание таблицы 2.18

Непредвиденные	Стихийные бедствия, пожары	Порча коммерческого имущества, товара	Страхование бизнеса
Криминальные	Кражи	Финансовые потери	Бдительный персонал, использование системы слежения

Политические риски, как правило, трудно прогнозируемые, поэтому на них не стоит акцентировать свое внимание. Стоит отметить, что в сложившейся экономической и политической ситуации в нашем государстве, риск резких политических перемен вряд ли возможен.

Из представленной таблицы 2.18 очевидно, что указанные риски дают негативный результат, отрицательно влияющий на получение прибыли.

Однако, при профессиональном ведении бизнеса, все риски можно предотвратить, либо разрешить их.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В выпускной квалификационной работе наглядно продемонстрирован бизнес процесс, как имея первоначальный капитал можно сделать экономически выгодный рентабельный бизнес, добиться получения стабильной прибыли в поселке городского типа, плотность населения которого около 13 тыс. человек.

Розничная торговля – одна из важнейших сфер внутренней экономики, направленная на обеспечения населения товарами. С помощью розничной торговли осуществляется рыночное взаимодействие товарного предложения и покупательского спроса. Являясь источником поступления денежных средств, торговля формирует основы финансовой стабильности государства [18].

Однако, на основании мониторинга состояния малого и среднего предпринимательства за 2017 год проведенного с постановления Правительства Российской Федерации от 17.03.2015 № 238 «О проведении мониторинга малого и среднего предпринимательства в Курагинском районе» очевидно, что по сравнению с 2016 годом общее количество субъектов малого и среднего предпринимательства в Курагинском районе стало меньше. В 2016 году в Курагинском районе насчитывалось 1 087 субъектов малого и среднего предпринимательства, а в 2017 году уже 1 084, произошло снижение на 3 единицы. Соответственно, объем ряда товаров и услуг незначительно, но снизился, что благотворно влияет на возможность любого коммерческого начинания.

В выпускной квалификационной работе сделан подробный анализ предлагаемого ассортимента на рынке японских автозапчастей в пгт Курагино, который явно показал, что есть необходимость потребительского спроса в некоторых группах автозапчастей, в наименьшей степени представленных на данном рынке или вообще отсутствующих.

Необходимо отметить, что правильный выбор ассортимента товара любого коммерческого предприятия служит своего рода гарантией о выгодном вложении капитала и его стабильном приросте.

Экономическая и политическая обстановка, сложившаяся за последние годы в нашем государстве способствует развитию внутреннего рынка по увеличению спроса на товары отечественного производства [15]. Поэтому, в данное время, реализация японских автозапчастей, которые произведены в России по всем нормам и стандартам Японии, является выгодной и экономически актуальной.

В выпускной квалификационной работе были достигнуты следующие задачи:

- 1) Изучено развитие предпринимательства в России.
- 2) Изучено значение, сущность и структура бизнес-плана.
- 3) Проанализированы нормативные базы по созданию коммерческого малого бизнеса.
- 4) Проанализирован рынок автозапчастей в пгт Курагино.
- 5) Составлен бизнес-план по открытию магазина автозапчастей.

Бизнес-план рассчитан на пятилетний период, по окончании которого запланировано расширение бизнеса. Эти решения не проанализированы в данной квалификационной дипломной работе, т.к. являются предметом отдельного изучения.

Для открытия магазина японских автозапчастей в пгт Курагино необходимы вложения в размере 2 020 000 руб. чистая прибыль за первый год с учетом всех выплат и расходов составит 1 332 836 руб., был произведен расчет срока окупаемости – это период времени, необходимый для того, чтобы доходы, получаемые от деятельности, покрыли затраты на открытие этой деятельности, он составил 1 год 6 месяцев.

В целом, выпускная квалификационная работа на выбранную тему «разработка бизнес-плана по открытию магазина японских автозапчастей» актуальна, востребована, перспективна и экономически выгодна.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" от 24.07.2007 N 209-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс]: Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
2. Федеральный закон «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» от 08.08.2001 N 129-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс]: Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
3. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 28.03.2017) [Электронный ресурс]: Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
4. «Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ) [Электронный ресурс]: Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
5. «Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 28.12.2016) [Электронный ресурс]: Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
6. Абрамс, Р. Бизнес-план на 100: стратегия и тактика эффективного бизнеса [Текст] / Р. Абрамс. – М. : Альпина Паблишер, 2016. – 486 с.
7. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса [Текст] : учебник / Э. А. Арустамов. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015. – 230 с.
8. Афонасова, М. А. Бизнес-планирование [Текст]: учебное пособие / М. А. Афонасова; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники (ТУСУР). – Томск : Эль Контент, 2016. – 108 с.



9. Бизнес-планирование [Текст]: учебное пособие / В. З. Черняк, Н. Д. Эриашвили, Е. Н. Барикаев и др. ; под ред. В. З. Черняк, Г. Г. Чараева. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Юнити-Дана, 2015. – 591 с.
10. Бизнес-планирование и управление финансами. Сборник студенческих работ [Текст] / под ред. Г. Чухнина. – М. : Студенческая наука, 2014. – 176 с.
11. Богатин, Ю. В. Экономическое управление бизнесом [Текст]: учебное пособие / Ю. В. Богатин, В. А. Швандар. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 392 с.
12. Вайсс, А. 101 идея для роста вашего бизнеса: Результаты новейших исследований эффективности людей и организаций [Текст] / А. Вайсс ; пер. Е. Виноградова. – М. : Альпина Паблишер, 2016. – 398 с.
13. Вылегжанина, А. О. Разработка проекта [Текст] : учебное пособие / А. О. Вылегжанина. – М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 291 с.
14. Гарибзянова, Е. Е. Переход от традиционного бизнес-планирования к бизнес-планированию с учетом принципов самообучающейся организации [Текст] / Е. Е. Гарибзянова // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2016. – № 1-3. – С. 33–35.
15. Годин, А. М. Маркетинг [Текст] : учебник для бакалавров / А. М. Годин. – 11-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и Ко, 2014. – 656 с.
16. Дубровин, И. А. Бизнес-планирование на предприятии [Текст] / И. А. Дубровин. – М. : Дашков и Ко, 2015. – 432 с.
17. Капранова, Л. Д. Бизнес-инкубаторы и их роль в развитии малого бизнеса в России [Текст] // Экономика. Налоги. Право. – 2015. – № 2. – С. 49–55.
18. Кузнецов, С. Ю. Управление бизнес-процессами (BPM) в стратегическом менеджменте [Текст] / С. Ю. Кузнецов, И. В. Руденко // Эффективное антикризисное управление. – 2015. – № 2. – С. 92–98.
19. Максютлов, А. А. Экономический анализ [Текст] : учебное пособие / А. А. Максютлов – М. : Юнити-Дана, 2012. – 544 с.

20. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Текст] : учебник / под ред. Ю. В. Морозов, В. Т. Гришина. – 9-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2016. – 446 с.
21. Минько, Э. В. Маркетинг [Текст] : учебное пособие / Э. В. Минько, Н. В. Карпова. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 351 с. 12.
22. Минько, Э. В. Маркетинг [Текст] : учебное пособие / Э. В. Минько, Н. В. Карпова. – М. :Юнити-Дана, 2015. – 351 с.
23. Основы бизнеса [Текст] : учебно-практическое пособие / С. А. Бочаров, А. А. Иванов, С. Я. Олейников, А. А. Кузьмина. – М. : Евразийский открытый институт, 2013. – 463 с.
24. Перунова, С. Н. Планирование сбыта, цены и издержек на предприятии [Текст] / С. Н. Перунова. – М. : Лаборатория книги, 2010. – 48 с.
25. Планирование на предприятии [Текст] : учебник для вузов / М. И. Бухалков. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 411 с.
26. Предпринимательство в регионе: состояние, перспективы [Текст] : монография / С. В. Теребова, О. В. Подолякин, В. С. Усков, С. Ю. Егорихина. – Вологда : ИСЭРТ РАН, 2014. – 160 с.
27. Пруэтт, П. Руководство по составлению бизнес - планов [Текст] / П. Пруэтт, Д. Борнстайн, Б. Форд ; под ред. В. Ионова; пер. М. Суханова. – 2-е изд. – М. : Альпина Паблишерз, 2016. – 257 с.
28. Решение проблемы инноваций в бизнесе. Как создать растущий бизнес и успешно поддерживать его рост [Текст] / К. Кристенсен, М. Рейнор. – 2-е изд. – М. : Альпина Паблишер, 2016. – 290 с.
29. Савкина, Р. В. Планирование на предприятии [Текст] : учебник / Р. В. Савкина. – 2-е изд., перераб. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015. – 320 с.
30. Синяева, И. М. Маркетинг торговли [Текст] : учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев ; под ред. Л. П. Дашкова. – 4-е изд. – М.: Дашков и К, 2014. – 750 с.

31. Степочкина, Е. А. Планирование и прогнозирование в условиях рынка [Текст] : учебное пособие / Е. А. Степочкина. – М.: Директ-Медиа, 2015. – 236 с.
32. Стратегическое управление [Текст]: учебник для вузов / А. Л. Гапоненко, А. П. Панкрухин. – 4-е изд., стер. – М. : Омега-Л, 2010. – 464 с.
33. Теребова, С. В. Малый бизнес как фактор повышения уровня занятости и доходов населения региона [Текст] / С. В. Теребова // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2014. – № 5.
34. Царев, В. В. Оценка стоимости бизнеса: теория и методология [Текст]: учебное пособие / В. В. Царев, А. А. Кантарович. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 569 с.
35. Чараева, М. В. Обзор методик формирования инвестиционного бизнес-плана [Текст] / М. В. Чараева, А. В. Палеев // Финансы и кредит. – 2014. – № 18.

ПОСЛЕДНИЙ ЛИСТ  
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Квалификационная работа выполнена мной самостоятельно.  
Использованные в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

Отпечатано в 1 экземпляре.

Один экземпляр сдан на кафедру.

Список используемых источников 35 наименований.

«\_\_\_»\_\_\_\_\_ 2018 г.  
дата

\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)